

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования

Санкт-Петербургский государственный университет
Институт «Высшая школа менеджмента»

**ВЗАИМООТНОШЕНИЯ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА
В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА**

Выпускная квалификационная работа
студента 4 курса бакалаврской программы
«Государственное и муниципальное
управление»

РАПИЦКОГО Артема Константиновича

(подпись)

Научный руководитель:
к.э.н., ст. преп.
ГОЛУБЕВА Анастасия
Алексеевна

(подпись)

Санкт-Петербург

2016

Заявление о самостоятельном выполнении выпускной квалификационной работы

Я, Рапицкий Артем Константинович, студент 4 курса направления 081100 «Государственное и муниципальное управление», заявляю, что в моей выпускной квалификационной работе на тему «Взаимоотношения государства и бизнеса в условиях экономического кризиса», представленной в службу обеспечения программ бакалавриата для последующей передачи в государственную аттестационную комиссию для публичной защиты, не содержится элементов плагиата. Все прямые заимствования из печатных и электронных источников, а также из защищённых ранее курсовых и выпускных квалификационных работ, кандидатских и докторских диссертаций имеют соответствующие ссылки.

Мне известно содержание п. 9.7.1 Правил обучения по основным образовательным программам высшего и среднего профессионального образования в СПбГУ о том, что «ВКР выполняется индивидуально каждым студентом под руководством назначенного ему научного руководителя», и п. 51 Устава федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный университет» о том, что «студент подлежит отчислению из Санкт-Петербургского университета за представление курсовой или выпускной квалификационной работы, выполненной другим лицом (лицами)».

_____ (Подпись студента)

_____ (Дата)

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Глава 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ В ОБЛАСТИ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА.....	7
1.1. Подходы к пониманию сферы взаимоотношений государства и бизнеса.....	7
1.2. Особенности взаимоотношений государства и бизнеса в условиях экономического кризиса	10
1.3. Совместное взаимодействие государства и бизнеса в период экономического кризиса.....	15
Глава 2. МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ВЛАСТИ И БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ТЕКУЩЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА	23
2.1 Классификации моделей взаимоотношений государства и бизнеса	23
2.2 Инструмент моделирования взаимоотношений государства и бизнеса	25
2.3 Практическая проверка разработанного инструментария на примере антикризисной модели взаимоотношений бизнеса и государства в отрасли автомобильной промышленности.....	38
Заключение	50
Список использованной литературы	53
Приложение	58

Введение

Формулировка проблемы

В период экономического кризиса, во многих отраслях экономики у компаний возникает целый ряд проблем: снижение платежеспособного спроса, увеличение просроченной дебиторской задолженности, сложности с привлечением заемного финансирования, снижение нормы прибыли по уже принятым инвестиционным проектам и так далее. Все эти трудности зачастую приводят к неустойчивому финансовому положению, или даже финансовой несостоятельности целого ряда наиболее пострадавших от экономического кризиса компаний. Ухудшение финансового положения компаний, в свою очередь, ведет к росту социальной напряженности в обществе: происходит падение реальных доходов населения, растет безработица, повышается доля теневой экономики. Поэтому государство, как социальный институт, направленный на поддержание социальной стабильности, заинтересовано в скорейшем преодолении кризисных явлений в экономике.

Для скорейшего преодоления экономического кризиса требуются совместные усилия государства и бизнеса. В связи с этим, необходимо создание комплексных антикризисных мер, которые бы отвечали как интересам бизнеса, способствуя стабилизации финансового положения и формированию долгосрочного экономического роста компаний, так и интересам государства, способствуя снижению социальных последствий и формированию устойчивого роста национальной экономики. Однако настоящее время в России отсутствует единый подход к формированию направлений и методов взаимоотношений государства и бизнеса в условиях экономического кризиса. То есть существует проблема отсутствия инструментария, применение которого позволяло бы, исходя из текущей экономической ситуации, сформировать комплекс антикризисных мер, в наибольшей степени отражающий интересы как бизнеса, так и государства.

Актуальность выбранной темы

С 2014 года Россия находится в состоянии финансово-экономического кризиса, во многом обусловленного резким падением цен на сырье, введением против России секторальных санкций и вовлеченностью России в региональные конфликты. Правительство РФ в 2015 году разработало и реализовало план первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности с общим бюджетом 2,3 трлн. руб. Однако результаты реализации данного плана можно оценить как неудовлетворительные: выполнено лишь 16 пунктов из 59, отмечалась несвоевременность подготовки или отсутствие необходимости некоторых мер. Полученный результат во многом обусловлен отсутствием необходимого инструмента,

модели, позволяющей в условиях экономического кризиса разработать и реализовать антикризисный план с активным участием в этом процессе бизнеса, учитывая отраслевую специфику и текущее экономическое положение в конкретной отрасли. В марте 2016 года был утвержден новый антикризисный план Правительства на 2016 год, результат реализации которого во много будет зависеть от того, насколько предпринятые меры будут соответствовать реальным нуждам бизнеса.

Объект исследования: взаимоотношения государства и бизнеса в условиях кризиса.

Предмет исследования: причины, факторы, и результаты антикризисных мер государства, роль бизнеса в их формировании.

Цель работы - разработать инструмент формирования модели взаимоотношений бизнеса и государства в условиях экономического кризиса.

Для достижения цели работы были поставлены следующие **задачи**:

1. Выявить теоретико-методологические подходы в области взаимоотношений государства и бизнеса.
2. Охарактеризовать особенности взаимоотношений государства и бизнеса в условиях экономического кризиса.
3. Классифицировать меры государственного вмешательства в условиях кризиса и степень влияния бизнеса на их формирование.
4. Сформировать инструментарий для построения модели взаимоотношений государства и бизнеса в отраслевом разрезе.
5. Идентифицировать наиболее подходящую в текущий момент времени отрасль экономики России для тестирования разработанного инструментария.
6. Разработать модель взаимоотношений государства и бизнеса в выбранной отрасли на период преодоления экономического кризиса.
7. Оценить применимость разработанного инструментария.

Описание используемого инструментария

Методология исследования: модель неокорпоративизма, концепция групп интересов, метод шкалирования, методы экономического анализа, методы моделирования взаимодействия субъектов, метод классификации и обобщения.

При написании работы применялись следующие методы исследования:

1. Кабинетные исследования: анализ вторичных данных.
2. Классификация мер государственного вмешательства в экономику.
3. Сбор и анализ примеров международного опыта применения антикризисных мер государственной поддержки.

4. Построение двухуровневой модели, формирующей систему мер поддержки отрасли.

5. Анализ нормативно-правовых актов

Первый этап работы посвящен изучению теоретико-методологических подходов в области взаимоотношений государства и бизнеса в условиях кризиса и включает:

- Сравнительный анализ теоретических подходов к пониманию сферы взаимоотношений государства и бизнеса;
- Выявление ключевых особенностей взаимоотношений государства и бизнеса в условиях экономического кризиса. Выявление роли бизнеса и государства в процессе формирования взаимоотношений;
- Изучение и структурирование (классификация) мер совместного взаимодействия государства и бизнеса в период экономического кризиса: мер государственного вмешательства в деятельность бизнеса, мер государственной поддержки и совместных мероприятий по преодолению экономического кризиса с изучением примеров международного опыта.

Второй этап работы посвящен формированию инструментария для построения модели взаимоотношений государства и бизнеса в отраслевом разрезе и включает: выбор наиболее релевантного набора практических инструментов и дальнейшее создание на их основе практического инструмента формирования модели взаимоотношений бизнеса и государства в условиях экономического кризиса.

Третий этап работы посвящен проверке разработанного инструмента на конкретной отрасли российской экономики и включает: выбор отрасли, сбор данных, построение модели, анализ применимости разработанного инструмента.

Структура работы

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы из 66 наименований и 1 приложения. Основная часть выпускной квалификационной работы изложена на 43 страницах и включает 4 таблицы, 4 рисунка, 6 формул.

Характеристика использованных при подготовке работы источников информации

Основные источники информации: научные статьи, диссертации, авторефераты диссертаций, периодические издания, учебные издания, нормативно-правовые акты, материалы СМИ, данные государственной статистики.

Глава 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ В ОБЛАСТИ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

1.1. Подходы к пониманию сферы взаимоотношений государства и бизнеса

С научной точки зрения, сфера взаимоотношений государства и бизнеса располагается на стыке сразу нескольких отраслей знаний. К основным наукам относят: политическую науку, экономическую науку, социологию, менеджмент. На основе концепций, теорий указанных наук (концепция политического лоббирования, теория заинтересованных групп, теория транзакционных издержек, теория игр, институциональная теория, концепция принципала-агента, ресурсная теория организации, теория коммуникативного менеджмента и т.д.), их использования для объяснительных, аналитических целей, строится общее понимание изучаемой сферы [Сморгунов, Тимофеева, 2012, С. 26-29; Getz, 2002].

В целом, сферу взаимоотношений государства и бизнеса представляется возможным рассматривать с двух сторон: с позиции бизнеса и с позиции государства, являющихся самостоятельными субъектами деятельности.

Во всей сфере взаимоотношений государства и бизнеса наибольшее внимание ученых направлено на изучение взаимодействия со стороны бизнес-структур. В этой большой составляющей сферы взаимоотношений государства и бизнеса значимыми являются исследования ученых, которые связаны с анализом влияния бизнес-групп на политические процессы. К наиболее авторитетным авторам относят: А. Бентли, Р. Даля, Д. Трумена, Ф. Шмиттера.

Так, А. Бентли выдвинул идею о существовании заинтересованных групп как базовой единицы общества и стал рассматривать политику как процесс и результат взаимодействия групп. Он также обосновал факт лоббирования со стороны группы интересов, связав лоббирование с наличием выгоды [Bentley, 1967, p.269]. Идеи А. Бентли были развиты Д. Труменом, выделившим из всех заинтересованных групп политические группы интересов [Truman, 1951]. Р. Даль, разработавший идею «плюралистической демократии», в дальнейшем воплотившуюся в концепции функционального представительства, предполагает наличие свободной конкуренции всех групп интересов и их полноправного участия в процессе принятия решений [Dahl, 1961, 1976].

Интересен вклад Ф. Шмиттера, который в своих работах развивал концепцию функционального представительства интересов. В противовес плюралистической модели, он развивал идею неокорпоративизма, основанную на идеях соучастия «организованного интереса» в управлении. Полагая, что представление интереса не уподобляется

рациональному, организованному соперничеству, Ф. Шмиттер утверждает, что зачастую группа интересов присваивает себе монопольное право на представление интересов общества, а сама система представления интересов является неконкурентной и иерархически упорядоченной [Schmitter, 1979, P. 95-97].

В аспекте изучения взаимоотношений государства и бизнеса с позиции последнего, также большую значимость имеют научные работы, посвященные лоббизму, Government Relations (GR), а также изучению смежных понятий: Public Affairs и Advocacy.

На данный момент отсутствует единая трактовка понятия «лоббизм». Проблеме смыслового разграничения понятий «лоббизм» и «GR» посвящены работы Д. Камнева, В. Конышева, А. Автономова, Т. Кулаковой, П. Толстых, А. Кинякина, Д. Матвиенко. Наиболее, на мой взгляд, удачное определение лоббизма, отражающее в том числе и российскую специфику, предложил А.С. Автономов. Он определяет лоббизм как «действия представителей негосударственных организаций в ходе контактов с представителями государственных органов и органов местного самоуправления с целью добиться принятия (или не принятия) органами власти решений в соответствии с интересами социальных групп, выражаемыми указанными организациями» [Автономов, 2004, С. 13]. Важное добавление к этому определению предлагает Д. Г. Камнев, говоря о том, что «действия представителей негосударственных организаций при контактах с представителями государственных органов власти и местного самоуправления носят исключительно легитимный и конвенциональный характер» [Камнев, 2011]. В отличие от лоббизма, являющегося каналом передачи своих решений, по сути лишь технологией, GR рассматривается как сфера общественного менеджмента [Конышев, Сергунин, 2011]. Определение понятию GR, предложенное Т. А. Кулаковой с позиции управленческих технологий, на мой взгляд, наиболее точно подходит для теоретического осмысления целей бизнеса в сфере взаимоотношений с государством. GR- «одно из направлений коммуникативного менеджмента, целью которого является согласование собственных интересов организаций с интересами органов государственной власти различного уровня для снижения рисков и обеспечения устойчивости развития» [Кулакова, 2005, С. 226].

Таким образом, в сфере взаимоотношений государства и бизнеса последний вступает во взаимодействия с целью снижения рисков ведения бизнеса и обеспечения его устойчивого развития. Задачи, решаемые бизнесом при данном взаимодействии, наиболее точно сформулировал Д. С. Белов: «выявление рисков; оценка существенности и потенциальных угроз, формируемых рисками; определение источников рисков и сфер деятельности, которые они затрагивают; предоставление рекомендаций по выбору стратегии уменьшения вероятности наступления события риска для принятия

управленческого решения; развитие деятельности по управлению рисками с целью минимизации их последствий в случае их наступления» [Белов, 2009, С. 43]. По мнению И. Ю. Юргенса, GR в данный момент также переходит в прикладную область, переставая быть только дипломатией. Поиск источников финансирования из государственных денег становится еще одной задачей GR, способствующей обеспечению устойчивого развития компании [Кулакова, 2005].

Остается рассмотреть понятия «Public Affairs» и «Advocacy». Термин «Public Affairs» выходит за рамки сферы взаимоотношений государства и бизнеса. Это - более общая функциональная область, которая включает в себя, помимо лоббизма, решения вопросов компании вне сферы политики (issues management), включая связь с медиа (media relations), отстаивание интересов при помощи обычных граждан (grass roots) и некоторые другие формы. Термин «Advocacy», в свою очередь, немного уже понятия «Public Affairs». Он обозначает продвижение интересов, но, в сравнении с лоббизмом, не только через органы государственной власти, но также и через какие-либо иные структуры [Толстых, 2007, С. 25].

Рассматривая взаимоотношения государства и бизнеса со стороны государства, интерес представляет концепция «трех зон», представленная Е. Г. Ясиным [Ясин, 2002]. Белая, серая и черная зона представляют собой соответственно «формальные», «неформально-формальные» и «неформальные» зоны отношений двух институтов. Эта концепция особенно актуальна в России в связи с процессами «деформализации правил» в стране [Радаев, 2003, С. 135].

Концепция функционального развития интересов также позволяет судить о роли, целях и задачах государства в сфере взаимоотношений с бизнесом. Так, пассивная роль государства преобладает в плюралистической модели. Оно лишь распределяет ограниченные ресурсы, исходя из своих решений, принятых на основе соблюдения баланса интересов между группами влияния в определенный момент времени. В неокорпоративистской модели государство - важнейший экономический агент. Оно обеспечивает разработку и соблюдение правил игры, несет значительные социальные обязательства перед обществом и, поэтому, выдвигающая особые требования к бизнесу [Большаков, Большакова, 2011].

Существуют и более радикальные взгляды на роль государства, которые отразились в концепции неоплюрализма. Согласно этой концепции, в условиях либеральной рыночной экономики представители бизнеса из всех общественных групп являются наиболее влиятельной. Соответственно, пользуясь привилегиями у

правительственных структур, их интересы защищаются государством больше, чем интересы общества [Хейвуд, 2005, С. 113].

По мнению российских исследователей в области взаимоотношений государства и бизнеса, на данный момент в России сложилась система взаимодействия двух рассматриваемых институтов, которая по своей сути наиболее адекватна может быть осмыслена в рамках неокорпоративизма [Кисель, 2013, С.6; Афанасьев, 2000; Голосов, Шевченко, 2000, С.100-125; Урбан 2002, С.66-85]. Поэтому для дальнейших шагов исследования предлагается сформулировать цели и задачи государства во взаимоотношениях с бизнесом, опираясь именно на неокорпоративистский подход. Государство вступает во взаимоотношения с бизнес-структурами с целью поддержания общественной, социальной стабильности. Соответственно, задачи, стоящие перед государством при взаимодействии с бизнесом: соблюдение интересов общества; вовлечение бизнеса в решение социальных, государственных проблем; разработка и оглашение четко определенных «правил игры»; поддержка и развитие социально-ориентированных сфер бизнеса; поддержка стабильного развития национальной экономики.

Рассмотрев различные подходы к пониманию сферы взаимоотношений бизнеса и государства с позиций обоих институтов, под ними далее предлагается понимать систему партнерства органов государственной власти и местного самоуправления, профессиональных организаций и бизнес-структур, направленную на урегулирование социально-экономических проблем [Биджиев, Шамарова, 2012]. При этом, государство в процессе взаимоотношений стремится решить социальные проблемы, а бизнес-структуры нацелены на поддержание устойчивого экономического развития.

Оценив многогранность сферы взаимоотношений государства и бизнеса, определив основополагающие цели и задачи двух субъектов взаимоотношений, а также остановившись на концепции неокорпоративизма, как наиболее подходящей для дальнейшего проведения исследования, следующим шагом работы требуется изучить особенности взаимоотношений в условиях экономического кризиса, сконцентрировав внимания на процессах, происходящих в этой сфере в России.

1.2. Особенности взаимоотношений государства и бизнеса в условиях экономического кризиса

Далее следует идентифицировать основные особенности, которые возникают во взаимоотношениях государства и бизнеса при возникновении экономического кризиса. Данные особенности могут являться следствием изменения роли субъектов, изменения их ключевых задач при выстраивании взаимоотношений, а также влияния внешней среды в

условиях кризиса. Также необходимо выделить ключевые особенности взаимоотношений, существующие в российских реалиях текущего экономического кризиса, который длится с 2014 года. Полученная информация будет являться «отправной точкой» для разработки прикладного инструмента по формированию модели антикризисного взаимодействия государства и бизнеса.

Для этого необходимо начать с изучения экономических кризисов, затронувших те или иные страны с конца 20 века. Так, большой интерес представляет опыт антикризисного взаимодействия государства и бизнеса в Южной Корее в процессе преодоления Азиатского кризиса 1997-1998гг. Бизнес-среда в Южной Корее, с доминирующей ролью крупных финансово-промышленных групп (так называемых «чеболей»), во многом схожа с российской действительностью главенствующей роли сверхкрупных компаний, тесно интегрированных с государством [подробнее см. Sadinas, 2012]. Изучен также опыт пересмотра взаимоотношений перед лицом экономического кризиса 1997-1998гг. в Индонезии. Здесь особо интересна разнонаправленность изменений в поведении государства по отношению к различным отраслям экономики, а также отраслевые различия во взаимоотношениях с государством со стороны бизнес-структур [подробнее см. Raffiudin, 2015]. Для идентификации сходных для всех стран особенностей взаимоотношений в условиях кризиса также важны кейсы Сингапура, Швеции и Финляндии - развитых стран, столкнувшихся с экономическим кризисом в конце 1970-х начале 1980-х годов [подробнее см. Никифорова, 2014] и кейс радикальной смены политики государства в Мексике в ситуации кризиса 1982 [подробнее см. Heredia, 1992]. Разумеется, немаловажным этапом было изучения условий взаимоотношений во время мирового финансово-экономического кризиса 2008-2009гг. на примере США [The Financial Crisis..., 2010] и стран Европейского союза [подробнее см. Busch, Hermann, Hinrichs, Schulten, 2013, Davulis, 2013]. Полезно для исследования и изучение сдвига во взаимоотношениях государство-бизнес, происходящего в Гане с приходом кризисных явлений 2014 года в условиях значительного снижения цен на сырье и большого числа национальных компаний добывающей промышленности [подробнее см. Aryeetey, Owoo, 2015].

На основе изученных кейсов, я сформулировал следующие общие для всех стран особенности, возникающие в сфере взаимоотношений государства и бизнеса при наступлении экономического кризиса:

1. Усиливается роль государства во взаимоотношениях

При наступлении кризисных явлений, государство, ранее зачастую воспринимая бизнес в основном в качестве источника налоговых поступлений, повышает свой интерес

к бизнес сообществу. В относительно стабильное время проблемы бизнеса воспринимаются не как часть государственных проблем, а скорее обособленно. Однако, являясь гарантом социального развития и стабильности общества, с приходом кризиса государство начинает отождествлять риски компаний с негативными социальными эффектами, которые они за собой могут повлечь. Соответственно, усиливается и внимание к текущей деятельности бизнес структур. При этом, располагая зачастую наибольшим экономическим ресурсом и являясь крупнейшим экономическим агентом в пределах национальной экономики, государство как институт способно аккумулировать достаточные ресурсы для оказания поддержки бизнесу. Бизнес, со своей стороны, оказавшись в условиях повышенных рисков и ухудшающегося финансового положения, видит в государстве источник решения проблем. Таким образом, из субъекта, представляющего свой интерес, бизнес становится «просителем» государственной поддержки.

2. Растет взаимное недоверие между субъектами

Вместе с развитием экономического кризиса, очень часто возникает и «кризис доверия» между бизнесом и властью. Существует две основных причины этого феномена. Во-первых, со стороны бизнеса возникают опасения, что в условиях кризисной ситуации государство станет осуществлять радикальные экономические меры. Такие меры могут включать прямое вмешательство в хозяйственную деятельность компаний (через механизмы принудительной национализаций или контроля «проблемных» предприятий), кардинальное изменение «правил игры» (в виде нового «антикризисного» законодательства), или решение государственных проблем за счет бизнеса и без учета его интересов (повышение налоговой нагрузки, принудительный запрет увольнений, разрыв долгосрочных государственных контрактов и т.д.). Во-вторых, растут и опасения государства, основанные ухудшающемся финансовом состоянии компаний и зачастую на предубеждении о том, что во многом бизнес-структуры, преследуя собственные интересы и игнорируя социальную составляющую бизнеса, способствовали формированию кризисной ситуации в экономике. Практически, эти опасения проявляются в нежелании оказывать адресную поддержку компаниям из-за боязни оппортунистического поведения при расходовании выделенных ресурсов. В ходе анализа было замечено, что государство наиболее охотно выделяет антикризисные средства компаниям, с которыми на текущий момент имелись или ранее осуществлялись совместные долгосрочные проекты, компаниям с долей государственного участия, а также наиболее крупным, системообразующим предприятиям.

3. Возникает общая цель – преодоление негативных трендов

Не смотря на рост взаимного недоверия, во время кризиса прослеживается бóльшая схожесть интересов - обе стороны сильно заинтересованы в скорейшем преодолении кризисной ситуации. В свою очередь, это повышает инициативность сторон. Бизнес структуры становятся заинтересованными в совместной выработке экономической политики государства, а государство – в формулировании своих требований бизнесу. Таким образом, чаще всего возникает система «государственная поддержка взамен на ограничения». То есть государство, со своей стороны, готово предоставить ресурсы, требуя от бизнеса помощь в решении социальных задач (например, недопущение массовых увольнений, сокращения заработной платы сотрудникам, повышения цен и т.д.).

Хотя все представленные особенности характеризуют и российские реалии, необходимо изучить российский опыт, накопившийся в процессе преодоления кризисов 1998г., 2008-2009 гг., а также текущего кризиса, длящегося с 2014г.

В период кризиса 1998г. можно отметить две ключевые особенности взаимоотношений бизнес-государство. Первая - широкое распространение прецедента «захвата государства» (state capture). То есть в отдельных регионах бизнес структуры по факту в период кризиса образовывали некий симбиоз с властными структурами с доминирующей ролью первых в процессе принятия решений. Вторая, являющаяся следствием первой, - очевидная диспропорция в распределении государственных благ, ресурсов между представителями групп интересов, представленных на тот момент недавно сформированными крупными холдингами [Осадчий, 2009, С.67-68].

Особенности взаимоотношений в период кризиса 2008-2009гг. схожи с выделенными мной общемировыми трендами: происходило усиление недоверия между обоими субъектами, а также экспертным сообществом. Представители бизнеса указывали на просчет экспертного сообщества в способности определить реальные масштабы кризиса. К бизнесу, в свою очередь, предъявлялись претензии в отсутствии стратегического планирования надлежащего качества, в проведении высоко рискованных операций и низкой производительности труда [Широв, 2010, С.23].

Анализируя антикризисные меры Правительства в 2008-2009гг., следует отметить следующее:

1. Преимущественно, применялся «дирижерский» сценарий антикризисных мер, доминирующую роль в принятии решений брало на себя государство. Меры носили точечный, селективный характер как в контексте отдельных отраслей экономики, так и отдельных предприятий с применением льготного кредитования государственными банками и составлением перечня системообразующих предприятий.

2. Антикризисная политика была сконцентрирована на крупных и сверхкрупных предприятиях.

3. Применялось давление властей на бизнес, прежде всего с целью снизить риски массовых увольнений [Симачев, Кузык, 2012, С. 101].

Кризис выявил наличие проблем определения и выработки общей стратегии развития, принятия конкретных решений на уровне компаний. Вкупе с отсутствием единого подхода к оценке экономической ситуации, это привело к трудностям принятия совместных антикризисных решений, которые были бы понятны всем заинтересованным сторонам. Экспертами отмечалось искажение в регулировании, обусловленном слабым контролем за исполнением антикризисной политики, что ограничило условия для посткризисного роста.

Еще один вывод кризиса 2008 года - смещение целей правительства России. Ставя перед собой цель по модернизации экономики в предкризисный период, государство своими антикризисными мерами сместило акцент на поддержание социальной стабильности, достигая ее дорогостоящими мерами поддержки крупных, заведомо низкоэффективных «системообразующих банкротов» [May, 2016, Азаренко, 2010, С.17].

На данный момент уже возможно дать предварительную оценку взаимоотношений бизнес-государство в условиях текущего кризиса.

В первую очередь, Правительство стремилось стабилизировать институты финансовой системы. Далее - снизить волатильность рынков ценных бумаг, валюты, кредитного. Однако эти задачи являлись лишь краткосрочными. Стратегическая задача, реализация которой, позволит выйти из текущего кризиса – стимулирование инвестиций. Однако при этом многие действия, по крайней мере, со стороны Правительства, и на этот раз оказались селективными. Так, основные статьи антикризисного плана на 2016 год – поддержка автопрома и закупка подвижного состава для РЖД. Проанализировав «План первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности» в 2015 и 2016 году, я пришел к выводу, о весьма слабой согласованности принимаемых мер. 152 пункта, являющиеся мерами на 2016 являются неким хаотичным перечнем предложений различных министерств и ведомств. Интересны выводы Счетной палаты, сформулированные относительно выполнения плана, принятого на 2015 год. Так, полностью выполнено лишь 26,7% запланированных мер. При этом отмечались такие проблемы, как крайне слабый контроль над реализацией плана и отсутствием объективных показателей, способных оценить степень реального выполнения принятых мер. Так, фактом выполнения пункта на данный момент считается принятие

соответствующего нормативно-правового акта, а не, например, достижения какого-то конкретного показателя.

Многие принятые на 2016 г. «антикризисные» решения, по мнению бизнес-сообщества, ухудшают деловой климат. Оно считает, что «не должно быть продлено ни одно из решений, принятых на кризисный 2016 г. и увеличивающих нагрузку на бизнес или создающих риски для экономики» [Бизнес и власть в России..., 2016].

Однако, в сравнении с 2008 годом, наблюдаются и положительные тенденции. Отмечается, что к началу кризиса произошло усиление правового характера, институционализация взаимоотношений, обусловленная ростом заинтересованности бизнеса в легитимации его участия в процессе разработки и принятия мер по преодолению кризиса, учета и баланса интересов. Также растет заинтересованность государства в легитимном регулировании экономической ситуации, с принятием взвешенных решений, прошедших обсуждение не только в министерствах и ведомствах, но и среди экспертного сообщества [Дорина, 2013].

Таким образом, текущая задача диалога бизнеса и власти лежит в плоскости совместного преодоления негативных трендов в экономике, возобновлении экономического роста и радикальном улучшении деловой среды.

1.3. Совместное взаимодействие государства и бизнеса в период экономического кризиса

Для того, чтобы сформировать необходимый инструментарий для формирования наиболее подходящей модели взаимодействия государство-бизнес по преодолению кризисных явлений, требуется изучить и классифицировать базовую составляющую любой антикризисной модели – то есть конкретные меры антикризисной политики предприятия. Данные меры могут являться как результатом внешнего вмешательства государства (зачастую, в виде различных мер государственной поддержки), так и мер внутренней антикризисной политики бизнес-структуры. Стоит отметить, что многие меры могут инициироваться одной стороной, но при этом осуществляться другой, либо с привлечением ресурсов другой стороны. В этом, собственно, и заключается принцип совместности во взаимодействии государства и бизнеса в период экономического кризиса. Поэтому далее следует, во-первых, охарактеризовать задачи и основные меры внутренней антикризисной политики, которая в меньшей степени завязана на антикризисном диалоге бизнес-власть и, во-вторых, перейти к более глубокой классификации мер антикризисной политики с участием и/или по инициативе участия государства. Требуется не только провести их классификацию, но также выделить охарактеризовать ключевые характеристики каждой меры, по возможности сопоставляя с конкретным опытом

применения инструмента в условиях экономического кризиса, как в российской, так и зарубежной истории.

Внутренняя антикризисная политика призвана решить следующие задачи:

- Диагностика, идентификация кризисных явлений, финансового состояния организации;
- Устранение неплатежеспособности предприятия;
- Восстановления финансовой стабильности компании;
- Предотвращения банкротства, принудительной ликвидации;
- минимизация потерь и негативных последствий финансового кризиса предприятия.

Меры внутренней антикризисной политики предприятий могут быть классифицированы по следующим сферам:

- снижение затрат;
- стимулирование продаж;
- оптимизация денежных потоков;
- работа с дебиторами и реформирование политики коммерческого кредитования;
- реструктуризация кредиторской задолженности.

Рассматривая влияние антикризисной политики на состояние компаний, требуется учесть разнородность, множественность мер, их типы и масштаб используемых ресурсов. Далее я предлагаю основываться на классификации антикризисных мер, предложенной [Оценка антикризисных мер ... , 2009; Симачев, Кузык, Кузнецов, 2010]. Подход к классификации именно этих экспертов, на мой взгляд, является самым углубленным и приближенным к российским реалиям.

Так, этот подход предполагает, основываясь на базовых задачах, 5 основных групп антикризисных мер:

- расширение доступа компаний к финансовым ресурсам;
- снижение нагрузки на бизнес;
- стимулирование внутреннего спроса;
- поддержка малого предпринимательства;
- смягчение социальных проблем, снижение напряженности на рынке труда.

Каждая из групп мер включает широкий перечень конкретных антикризисных шагов. Я не ставлю перед собой задачу описать все возможные меры, однако я постарался выделить в каждой группе наиболее распространенные виды мер. При этом, существует достаточное количество мер, которые сложно соотнести с какой-либо одной группой.

Ключевые характеристики антикризисных мер формулируются следующим образом:

1. круг потенциальных бенефициаров от применения меры, условия для справедливой конкуренции за поддержку (т.е. механизмы отбора бенефициаров меры);
2. сложность администрирования, прозрачность процедур, ограничений к доступу;
3. наличие частного «рычага», то есть непосредственное участие частных ресурсов при осуществлении меры, распределение рисков между всеми сторонами;
4. уровень мотивации для задействования внутренних резервов бенефициаров меры, формирование у них позитивных поведенческих стимулов к принятию социальных обязательств;
5. возможные будущие издержки от меры на этапе преодоления кризиса и перехода к фазе экономического роста (т.е. издержки сворачивания меры).

Также возможно проводить классификацию мер, основываясь на различных признаках:

- по типу государственных политик - налоговые меры, связанные в основном различными изменениями во взимании налога на прибыль; таможенные меры, связанные с изменениями ставок таможенных пошлин; государственные закупки, зачастую применяемые с целью стимулирования спроса; бюджетные меры, являющиеся на данный момент наиболее массовыми – госгарантии, докапитализация;
- По характеру распределения выгод от реализации мер среди хозяйствующих субъектов - селективные, конкурсные и системные меры;
- По мотиву получения - компенсационные меры; меры, стимулирующие развитие (например, через инвестиционную активность) бенефициара;
- По характеру предоставляемых ресурсов - материальные (чаще всего, финансовые ресурсы) и институциональные (например, юридическая поддержка);
- По субъекту инициации принятия меры - обращение со стороны государства, обращение со стороны бизнеса;
- По частоте осуществления – единовременная, периодическая;
- По длительности – краткосрочная, долгосрочная;
- По масштабу деятельности субъекта меры – крупный/средний/малый бизнес;
- По отраслевой принадлежности

Данный перечень признаков не является окончательным, и скорее свидетельствует об огромной разнородности возможных антикризисных мер. Данная классификация в рамках исследования носит в большей степени методологический характер. Однако выделение объединяющих признаков в дальнейшем позволит сформировать при

разработке инструментария необходимые «якоря», учет которых будет являться существенным в разработке модели взаимоотношений.

Большой интерес в рамках исследования носит разбор наиболее распространенных видов мер в соответствии с выделенными ранее ключевыми характеристиками. Для удобства, результаты проведенного анализа кратко представлены в виде таблицы (см. Таблицу 1). Таблица разбита по соответствующим сферам мер.

Таблица 1 Наиболее распространенные антикризисные меры

1. Расширение доступа компаний к финансовым ресурсам	Круг потенциальных бенефициаров	Механизмы отбора	Администрирование, прозрачность процедур, ограничения	Участие частных ресурсов	Распределение рисков	Мотивация бенефициаров	Издержки сворачивания меры	Примеры успешного применения
Прямое кредитование с использованием средств госбанков и институтов развития, их капитализация	В большинстве случаев - компании с государственным участием, системообразующие сверхкрупные компании	Чаще всего- селективные меры	Слабая прозрачность, легкое администрирование, бюджетные ограничения	Чаще отсутствует, при наличии частных акционеров госбанков	Основные риски - у государства (риск невозврата и неэффективного использования)	Крайне слабая после получения доступа к ресурсу	Банкротство при требовании досрочного погашения	Механизм "re-lending" (Дания)
Субсидии по процентным тавкам и государственные гарантии	Широкий круг компаний	Конкурсные, системные в отраслевом разрезе	Сложное администрирование, слабая прозрачность, бюджетное ограничение	Чаще отсутствует	Концентрация рисков у государства	Применение модели "ресурсы в обмен на ограничения"	Ухудшения финансовой стабильности бенефициаров	гарантирование облигаций (в целях развития дорожно-транспортной инфраструктуры) (Австрия)
Рекомендации банкам по кредитованию	Относительно широкый круг компаний	Частов отраслевом разрезе	Легкое администрирование, хорошая прозрачность, возможности банковской сферы	Широкое участие при привлечении частных банков	Разделение рисков между государством, займодателем и заемщиком	Адресное кредитование изначально социально направленного бизнеса	Повышение дефицита инвестиций	Механизм кредитования малых предприятий (Мексика)
Эмиссия акций и облигаций	Компании-эмитенты	Чаще селективные, согласование	Относительно легкое администрирование, хороша прозрачность, бюджетное ограничение	Выкуп ценных бумаг частными инвесторами	Разделение рисков между эмитентом и держателем	Применение модели "ресурсы в обмен на ограничения"	Снижение стоимости компании, дефицит инвестиций	Дополнительная эмиссия облигаций Роснефти, 2014 г.

Продолжение таблицы 1

3. Смягчение социальных проблем, снижение напряженности на рынке труда	Круг потенциальных бенефициаров	Механизмы отбора	Администрирование, прозрачность процедур, ограничения	Участие частных ресурсов	Распределение рисков	Мотивация бенефициаров	Издержки сворачивания меры	Примеры успешного применения
Увеличение пособий по безработице	Домохозяйства, компании с неустойчивым финансовым положением	часто в отраслевом разрезе	бюджетное ограничение	Отсутствует	Распределение отсутствует	Повышение мотивации массовых увольнений	Снижение уровня жизни населения	Программа продуктовых карточек "SNAP" (США) ; программа защиты получателей зарплат "WEPP" (Канада)
Софинансирование программ занятости	Широкий круг компаний, домохозяйства	Часто в отраслевом разрезе, системная мера	Сложное администрирование, структурная безработица	Отсутствует	Основные риски - у государства	Увеличение масштабов деятельности за счет расширения штата	Рост безработицы	Программа занятости пенсионеров в социальных службах; Субсидии на поддержку программ трудоустройства (США)
4. Поддержка малого предпринимательства (МСП)	Круг потенциальных бенефициаров	Механизмы отбора	Администрирование, прозрачность процедур, ограничения	Участие частных ресурсов	Распределение рисков	Мотивация бенефициаров	Издержки сворачивания меры	Примеры успешного применения
Развитие конкуренции, Софинансирование региональных программ поддержки малого и среднего	Широкий круг компаний МСП	Преобладание отраслевой политики	Низкая прозрачность, асимметрия информации	Через повышение инвестиционной привлекательности	Риски- у компаний с доминирующим положением	Увеличение масштабов деятельности, рост объема производства	Наростание обратных процессов, массовые банкротства	Специальная программа Банка реконструкции по поддержке предприятий

Продолжение таблицы 1

5. Стимулирование внутреннего спроса	Круг потенциальных бенефициаров	Механизмы отбора	Администрирование, прозрачность процедур, ограничения	Участие частных ресурсов	Распределение рисков	Мотивация бенефициаров	Издержки сворачивания меры	Примеры успешного применения
Защитные таможенные меры	Национальные производители	Часто в отраслевом разрезе	наличие импортозамещающих товаров	Повышение инвестиций в национальных производителей	Основные риски - у государства	Увеличение масштабов деятельности, рост объема производства	Ухудшения финансовой стабильности бенефициаров	Высокие нетарифные ограничения на импортную продукцию (США)
Повышение объема государственных закупок	Широкий круг компаний	Конкурсные, редко селективные	Высокая прозрачность, бюджетное ограничение	Закупки могут являться мультипликатором привлечения частного капитала	Относительно равновесное распределение	Применение модели "ресурсы в обмен на ограничения"	Снижения объемов производства/выполнения работ	Преодоление кризиса 1985 г. (ЮАР)
Субсидии по потребительским кредитам	Домохозяйства, компании потребительского сектора	Часто в отраслевом разрезе	бюджетное ограничение	Повышение потребления	Разделение рисков между государством, займодателем и заемщиком	Увеличение масштабов деятельности, рост объема производства	Ухудшения финансовой стабильности бенефициаров	Автомобильная промышленность в кризис 2008-2009 (страны ЕС)

Анализ антикризисных мер позволяет сформулировать следующие тезисы:

1. Отсутствуют какие-либо «идеальные» меры, необходим учет возможных рисков; сложность администрирования может существенно исказить даже самые удачные идеи, существенно понизив потенциал практического применения меры.
2. Не может быть кризиса без потерь. Любая мера несет в себе как выгоды, так и издержки среди различных групп интересов, или отдельных отраслей экономики.
3. Зачастую практически невозможно оценить реальный эффект от той или иной меры. Однако необходима организация мониторинга ситуации и возможность обеспечения их «настройки».
4. Многие меры характеризуются высокими издержками «выхода» (сворачивания меры). Возможная противоречивость мер выбранным ранее стратегическим задачам развития экономики требует искать новые механизмы решения задач.
5. Формирование и реализация мер нуждается в оперативном, часто ручном управлении и принятии «волевых» решений, однако необходима компенсация такого управления поддержанием высоких требований к прозрачности результатов выбора антикризисных мер и их аргументации.

Анализ подходов к пониманию сферы взаимоотношений бизнеса и государства с четкой идентификацией роли и целей обоих субъектов; исследование особенностей кризисного взаимодействия с фокусом на российские реалии и зарубежный опыт; а также изучение и классификация мер преодоления кризисных явлений позволили сформировать необходимые ключевые идеи. Идеи, на основании которых и возможно создание инструментария по разработке модели взаимоотношений государство-бизнес в период экономического кризиса.

Являясь результирующей частью всего первого этапа работы, кратко охарактеризую данные тезисы.

На данный момент в России происходит последовательный процесс смены ранее существовавшей модели взаимоотношений власти и бизнеса на новую, основанную на демократических идеях. Государство стремится выстраивать и вести диалог со всеми заинтересованными субъектами. Лидером в процессе коммуникаций с государством продолжает оставаться крупный бизнес. Динамика взаимоотношений стала во многом определяться обществом, требующим изменения в отношении бизнес-структур. Бизнес должен перестать быть частью общегосударственных проблем, превратившись в необходимый элемент их решения. Продолжающийся экономический кризис привел к еще большему усилению роли государства. Бизнес же, в условиях недостатка ресурсов все чаще прибегает к обращению за государственной поддержкой. Формирование понятных и

прозрачных правил доступа к государству в кризисных условиях приведет к выживанию наиболее законопослушных, социально ответственных и конкурентоспособных бизнес структур. Требуется исключительно совместная работа этих двух субъектов с целью улучшения российского бизнес климата и укрепления взаимодоверия между бизнесом и властью. В процессе формирования и реализации совместных антикризисных мер требуется сделать упор на своевременность, быстроту формирования и реализации утвержденной антикризисной программы, которая бы учитывала интересы всех сторон, учет отраслевой специфики в антикризисных мер. Необходима точная идентификация состояния кризиса и путей его развития. Это требуется предпринимать уже в самом начале процесса формирования мер по выходу из сложившейся ситуации. Требуется взаимодействие с бизнес сообществом не только в процессе определения возможных мер, но и в процессе оценки их результатов. Необходимо наладить прозрачность всего процесса выбора и реализации антикризисных мер, обеспечивая предсказуемость поведения, как власти, так и бизнеса, последовательность по отношению к долгосрочной стратегии развития как бизнеса, так и общества.

Глава 2. МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ВЛАСТИ И БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ТЕКУЩЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

2.1 Классификации моделей взаимоотношений государства и бизнеса

Так как целью работы ставится разработка прикладного инструмента по формированию модели взаимоотношений власти и бизнеса, то следует кратко охарактеризовать понятие модели. В данном случае под моделью понимается существующая практика взаимодействия органов государственной власти и групп бизнеса в России и зарубежных странах. Существует большое количество классификаций моделей исходя из различных признаков: фактора времени, признаку реализации, форме представления, отрасли знаний [подробнее см. Бусленко, 1968]. Так, согласно фактору времени представленные модели – статистические. Они описывают взаимоотношения в конкретный временной период: с 2014 по 2016 год. Модели описывают общественные и политические процессы взаимоотношений групп интересов, поэтому и следует отнести к социально-гуманитарной области знаний. Также модели являются нематериальными, информационными, так как не имеют физического воплощения.

В рамках данного исследования представляется значимым изучить существующие на данный момент научные наработки, посвященные моделированию взаимоотношений бизнеса и власти в России, отличные от классических моделей плюрализма, корпоративизма и неокорпоративизма. К сожалению, за последнее время данная область

исследований характеризовалась невысокой степенью научной проработанности. Большинство авторов строят лишь теоретические, «идеальные» модели. Однако есть и относительно прикладные исследования в этой области. Так, в кандидатской диссертации [Кисель, 2013], посвященной современным моделям взаимодействий бизнес структур и органов государственной власти, автор предлагает следующую классификацию:

- партнерская с преобладающим влиянием государства;
- модель принуждения, характеризующаяся административным давлением;
- ангажированная (симбиотическая), предполагающая сращивание бизнеса и власти;
- цивилизованная, характерная для устоявшихся международных компаний;
- системная, в основу которой положены институционализированные отношения, отражающиеся в участии бизнеса при оценке регулирующего воздействия, участия экспертных обсуждениях, развитии третейских судов;
- «карманная», создающая бизнес-объединения в краткосрочных целях одной или нескольких компаний;
- модель непосредственного диалога, в которой бизнес-объединения стараются влиять на принятие политических решений;
- конфликтная с бизнес-структурами, находящимися в непосредственном противостоянии с властью;
- лоббирование Point-to-point, сводящая все взаимоотношения между субъектами исключительно к лоббизму интересов конкретных компаний.

Также интерес представляет расширенная типология моделей, основанная на понимании роли бизнеса как субъекте социальной политики в современной России [Чирикова 2006, стр.116-117; Лапина 2000, стр.45-55]. Авторы предлагают модели «подавление-принуждение», «патронажа», «невмешательства» власти, «партнерства», «доминирования», «игнорирования», «конкуренции» и «конфронтации».

Однако сами авторы соглашаются, что на данный момент в России не сложилось единой модели взаимоотношений бизнеса и власти. Субъектам взаимоотношений необходимо подстраиваться под изменяющуюся внешнюю среду и поведения оппонента.

Именно поэтому в условиях текущего экономического кризиса, я считаю необходимым разработать инструмент, позволяющий как органам государственной власти, так и бизнес сообществу «подстраивать» модель взаимоотношений под текущие условия.

На основе проделанного этапа работы, я выделил следующие факторы, которые в обязательном порядке должны быть включены в разрабатываемый инструмент:

1. Оценка текущей экономической ситуации и дальнейшие перспективы ее развития. Замечу, что практически ни одна из моделей (возможно, за исключением модели «принуждения») не учитывает негативное влияние возможных кризисных процессов. Необходимо включить в инструмент этап, который бы проводил соответствие между глубиной кризисных явлений и наиболее подходящей моделью взаимоотношений, выбранной на основе тех, что на данный момент, так или иначе, функционируют в России.
2. Конечным результатом формирования модели взаимоотношений бизнеса и государства должен бы перечень мер по скорейшему преодолению кризисных явлений в экономике. При этом, данные меры должны разрабатываться совместно как государственными структурами, так и экспертами бизнес сообщества. Должен соблюдаться (по возможности) баланс интересов всех заинтересованных сторон, отход от принятия селективных мер и доминирование мер конкурсных и системных.
3. Меры должны быть взаимоувязанными, соответствовать целям, как бизнеса, так и государства: способствовать как поддержанию социальной стабильности общества, так и финансовой устойчивости бизнеса.
4. Должен существовать прозрачный механизм участия всех групп интересов в формировании совместных антикризисных мер. Прозрачность должна соблюдаться и на этапе реализации мер и контроля за их исполнением.
5. Должна осуществляться оценка, если и не эффективности принятого набора мер (так, многие эксперты небезосновательно полагают, что практически невозможно оценить конкретный эффект от введенных мер [подробнее см. ГУ ВШЭ, МАЦ, 2009]), то по крайней мере производить непрерывный мониторинг, способный понять, пусть не количественно, направление изменений, обусловленных введенными мерами.
6. В инструментарии должна быть учтена отраслевая специфика взаимоотношений субъектов. Классификация антикризисных мер показала, что большая часть инструментов формируется именно на основе отраслевого принципа.
7. Инструментарий также должен учитывать долгосрочные цели стратегического развития на всех уровнях: федеральном, отраслевом, корпоративном. Инструмент должен интегрировать принятые документы стратегического планирования. Модель, созданная на основе инструмента должна в принятых мерах учитывать не только период преодоления острой фазы кризиса, но и задачи посткризисного развития.

2.2 Инструмент моделирования взаимоотношений государства и бизнеса

Я предлагаю прикладной инструмент моделирования взаимоотношений власти и бизнес объединений. Он предназначен для формирования наиболее подходящей системы

взаимоотношений, основанной на учете изменяющейся внешней среды. В общем виде предложенная система разработки и использования модели представлена на рисунке 1.

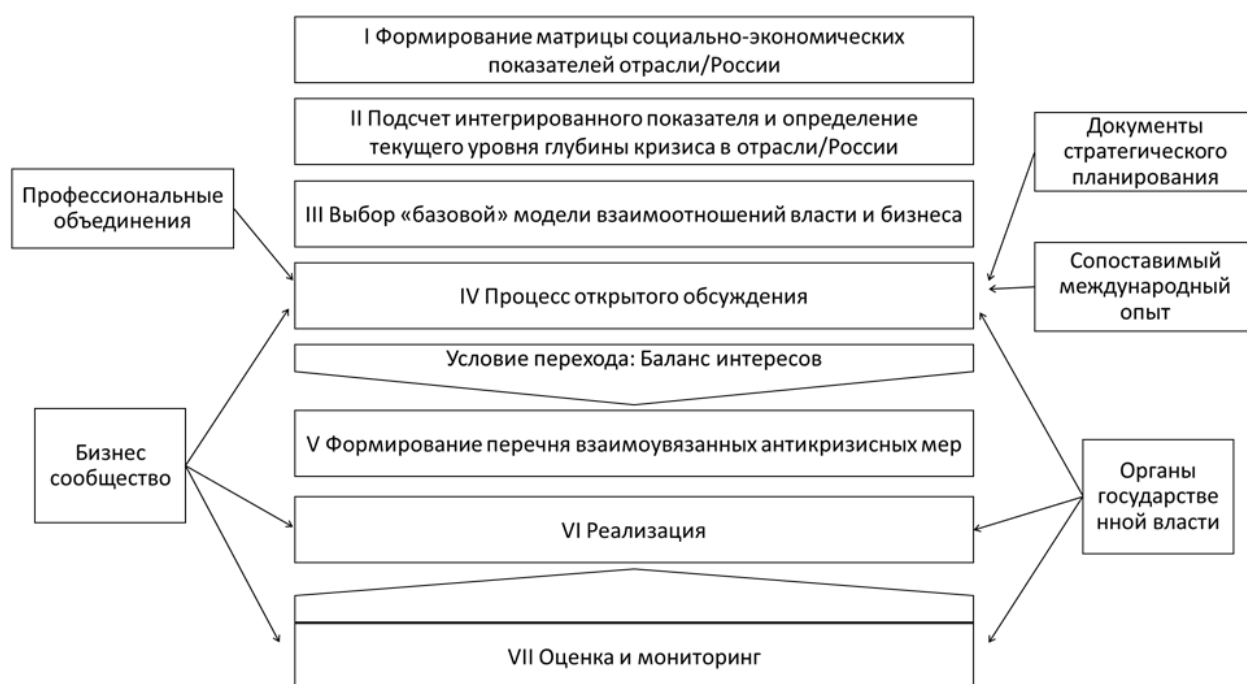


Рис. 1 Этапы разработки и апробирования модели взаимоотношений государства и бизнеса

Система состоит из 7 этапов. Примечательно, что данная система может применяться на различных уровнях. Возможна разработка общей модели взаимоотношений власти и бизнес объединений как на федеральном уровне, так и на уровне региональном. Возможно создание отраслевых моделей взаимоотношений государства и бизнеса. При этом будет изменяться набор данных о социально-экономических показателях, набор документов стратегического планирования и состав взаимодействующих субъектов. Хочу сразу отметить, что данный инструмент разрабатывался, в первую очередь, именно для применения органами государственной власти. Поэтому сторона бизнеса во взаимоотношениях будет рассматриваться в качестве «контактной». Тогда как созданные на основе данного инструментария модели будут «примеряться» именно субъектом власти. Однако это не значит абстрагирование предложенных моделей от нужд бизнес-сообщества. Принцип соблюдения баланса интересов всех субъектов настолько, насколько это возможно при составлении антикризисных мер сохраняется.

Первые два этапа служат для определения текущего уровня глубины кризисных явлений. Для этого за основу был взят подход, разработанный [Ломсадзе, 2014]. В данной диссертации автор создала прикладной инструмент идентификации кризиса в социально-экономической системе региона. Однако, на мой взгляд, подобный инструмент может

быть применен также и к идентификации кризиса в отдельно взятой отрасли национальной экономики. М. Ю. Ломсадзе использует метод интегрированного показателя, вычисляемого на основе статистических данных социально-экономического развития. Далее полученный показатель наносится на шкалу глубины кризиса для установления текущего кризисного состояния. Шкала представлена на рисунке 2 [Ломсадзе, 2014, С.102]. Чем ниже уровень кризиса, тем большими негативными социально-экономическими последствиями он характеризуется.

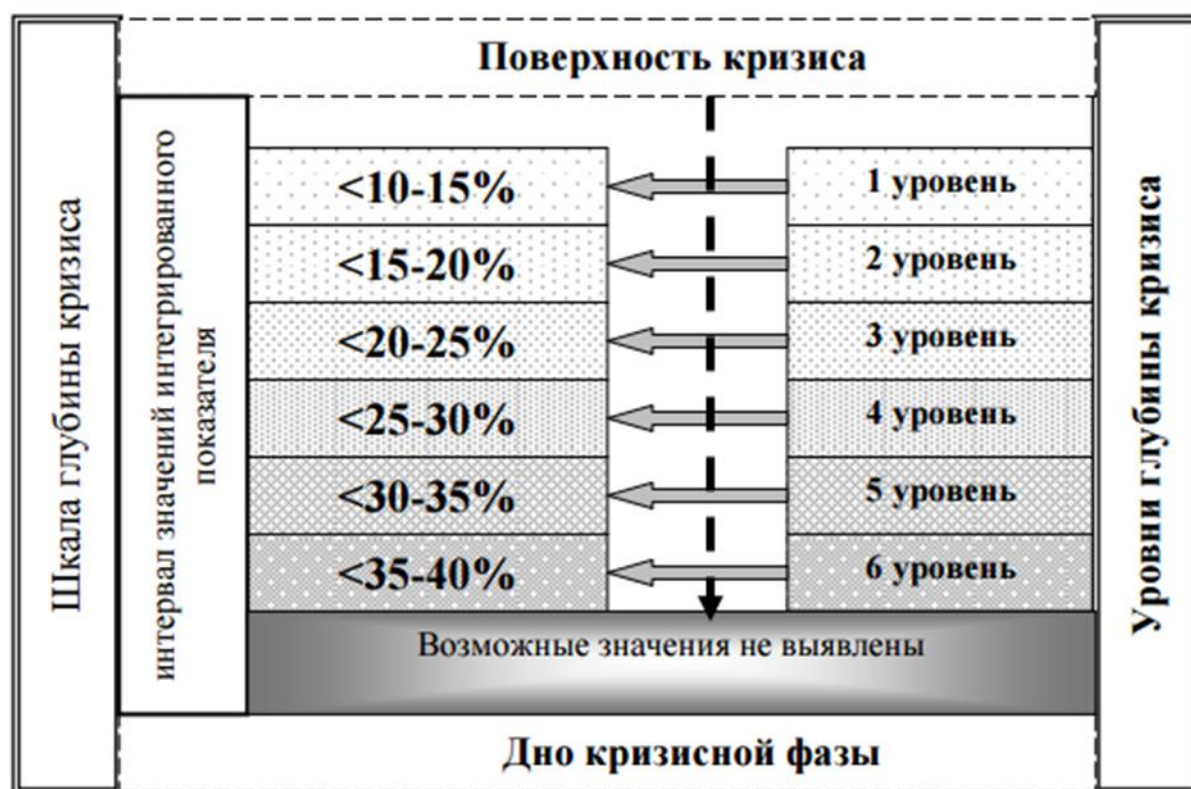


Рис. 2 Шкала глубины кризиса на основе интервалов интегрированного показателя кризиса

Метод подсчета интегрированного показателя состоит из 7 этапов. Схема построения интегрированного показателя представлена на рисунке 3 [Ломсадзе, 2014, С.88].

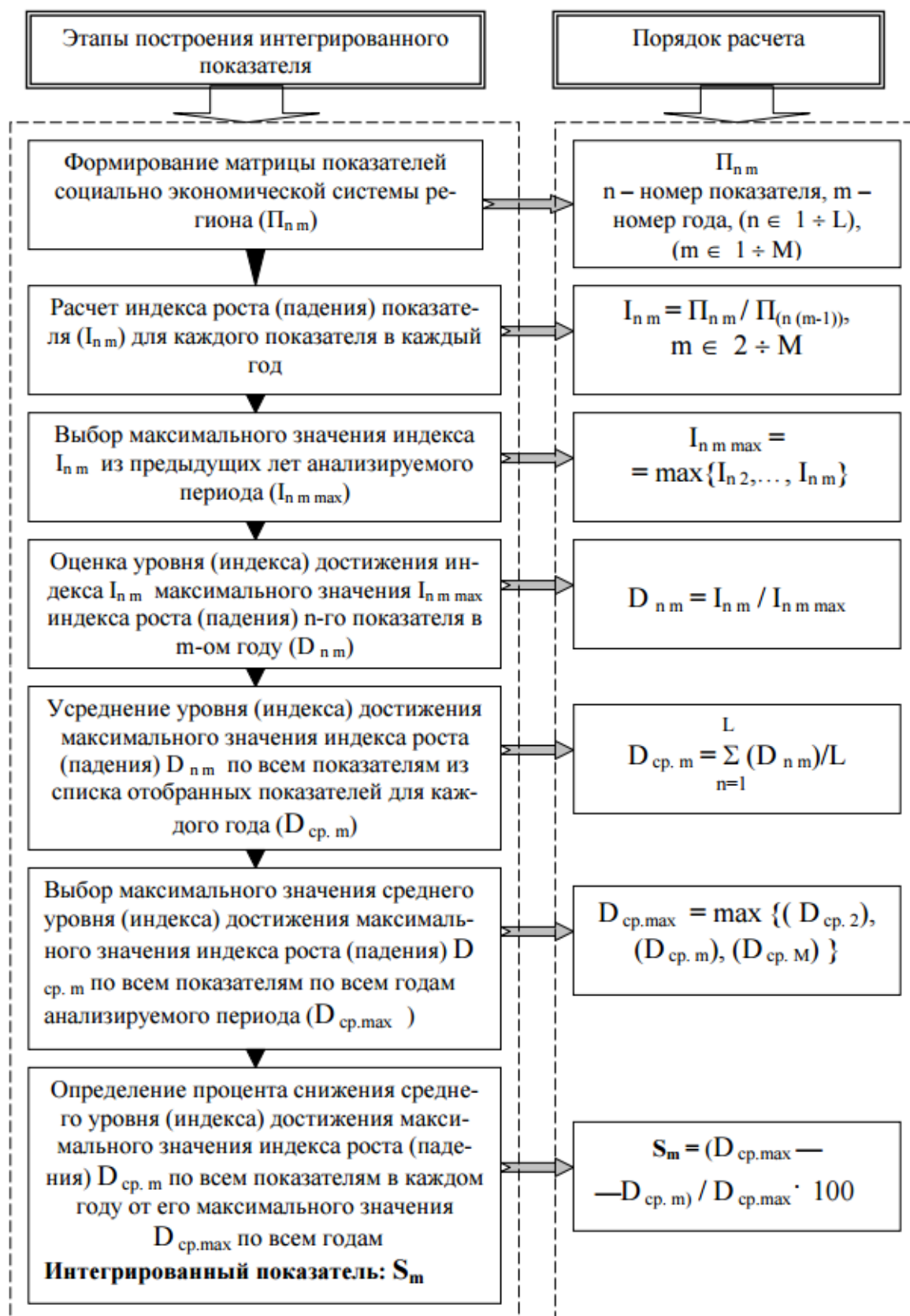


Рис. 3 Схема построения интегрированного показателя социально-экономической системы

Я считаю необходимым кратко пояснить процесс построения интегрального показателя. Первый этап представляет сбор необходимых данных. Он, в свою очередь,

подразделяется на несколько этапов отбора конечных показателей, на основе которого и составляется интегрированный показатель. Сначала формируется совокупность кризисных явлений. Далее, для каждого кризисного явления подбирается наиболее логически связанный социально-экономический показатель. Назначается временной период, за который берутся данные по сформированным показателям. Далее выстраиваются матрицы парной корреляции за каждый год. Происходит отбор корреляционных зависимостей с теснотой связи более 0,5. После этого отбираются зависимости со снижающейся теснотой связи в период кризиса. Так, если данную модель применять к текущему кризису, необходимо собрать данные за 2010-2016гг. и наблюдать снижение тесноты связи в 2014-2016гг. Далее применяется принцип существенности: необходимо, чтобы снижение корреляции было более 5%. Данный метод подбора данных исходит из предположения автора, что кризис - это процесс разрушения существующих связей. Следовательно, по динамике коэффициента корреляции можно осуществить выбор интегрируемых показателей для оценки кризиса. Каждому показателю назначается весовой коэффициент. Здесь видится слабость представленного подхода к оценке глубины кризисных явлений, ведь весовые коэффициенты назначаются чаще всего экспертным путем и подвержены влиянию субъективизма составителя. Однако, на мой взгляд, данную слабость можно существенно снизить путем проведения экспертных опросов и достаточной группы людей.

Далее производится непосредственный расчет интегрированного показателя. Формулы и пояснения к формулам приведены по [Ломсадзе, 2014, С.83-87]. Рассчитывается индекс роста (падения) показателя к предыдущему году:

$$I_{nm} = \frac{P_{nm}}{P_{(n(m-1))}}, \quad (1)$$

где: I_{nm} — индекс роста (падения) n -го показателя в m -ый год, доли;

P_{nm} — значение n -го показателя в m -ый год, в соответствующих показателю единицах измерения;

$P_{(n(m-1))}$ — значение n -го показателя в $(m-1)$ год, в соответствующих показателю единицах измерения;

L — количество отобранных показателей, $n \in 1 \div L$;

M — количество лет (или кварталов, или месяцев) принятого в расчет временного периода, $m \in 2 \div M$;

Таким образом, формируется таблица индексов роста (падения) показателей с индексами вида I_{nm} .

Далее для каждого показателя и каждого года анализируемого периода выбирается максимальное значение индекса из предыдущих лет анализируемого периода и рассматриваемого года:

$$I_{n\ m\ max} = \max \{I_{n\ 2}, \dots, I_{n\ m}\}, \quad (2)$$

где: $I_{n\ m\ max}$ — максимальное значение индекса роста (падения) n -го показателя в m -ом году из периода $2 \div m$, доли;

$\{I_{n\ 2}, \dots, I_{n\ m}\}$ - множество, состоящее из значений индексов n -го показателя за предшествующий m -ом год период $(2 \div (m-1))$ и в m -ом году.

После этого определяется уровень (индекс) «достижения лучшего результата», рассчитываемый как отношение фактического индекса роста (падения) значения показателя к максимальному значению индекса:

$$D_{n\ m} = \frac{I_{n\ m}}{I_{n\ m\ max}}, \quad (3)$$

где: $D_{n\ m}$ — уровень (индекс) достижения максимального значения индекса роста (падения) n -го показателя в m -ом году, доли;

$I_{n\ m}$ — индекс роста (падения) n -го показателя в m -ый год, доли;

$I_{n\ m\ max}$ — максимальное значение индекса роста (падения) n -го показателя в m -ом году из периода $2 \div m$, доли.

Далее осуществляется усреднение (методом простой средней) уровня (индекса) достижения максимального значения индекса роста (падения) по всем показателям из списка отобранных показателей для каждого года:

$$D_{ср.\ m} = \frac{\sum_{n=1}^L (D_{n\ m})}{L}, \quad (4)$$

где: $D_{ср.\ m}$ — средний уровень (индекс) достижения максимального значения индекса роста (падения) по всем n – ым показателям ($n \in 1 \div L$) в m -ом году, доли;

$D_{n\ m}$ — уровень (индекс) достижения максимального значения индекса роста (падения) n -го показателя в m -ом году, доли.

После этого происходит выбор максимального значения среднего уровня (индекса) достижения максимального значения индекса роста (падения) по всем показателям по всем годам анализируемого периода:

$$D_{ср.\ max} = \max \{ (D_{ср.\ 2}), (D_{ср.\ m}), (D_{ср.\ M}) \}, \quad (5)$$

где: $D_{ср.\ m}$ — максимальное значение среднего уровня (индекса) достижения максимального значения индекса роста (падения) по всем n -ым показателям ($n \in 1 \div L$) за весь анализируемый период, доли;

$\{(D_{\text{ср. 2}}), (D_{\text{ср. m}}), (D_{\text{ср. M}})\}$ — множество, состоящее из значений средних уровней (индексов) достижения максимального значения индекса роста (падения) по всем n -ым показателям ($n \in 1 \div L$) в каждом m -ом году ($m \in 2 \div M$), доли.

Заключительный этап составляет определение процента снижения среднего уровня (индекса) достижения максимального значения индекса роста (падения) по всем показателям в каждом году от его максимального значения по всем годам за анализируемый период:

$$S_m = \frac{(D_{\text{ср. max}} - D_{\text{ср. m}})}{D_{\text{ср. max}}} \cdot 100, \quad (6)$$

где: S_m — интегрированный показатель кризиса социально-экономической системы в m -ом году, проценты;

$D_{\text{ср. max}}$ — максимальное значение среднего уровня (индекса) достижения максимального значения индекса роста (падения) по всем n -ым показателям ($n \in 1 \div L$) за весь анализируемый период, доли;

$D_{\text{ср. m}}$ — средний уровень (индекс) достижения максимального значения индекса роста (падения) по всем n -ым показателям ($n \in 1 \div L$) в m -ом году, доли.

Интегрированный показатель получается для каждого года. Он характеризует снижение лучшего из достигнутых совокупных (по всем показателям) результатов.

Далее, как уже было сказано, показатель наносят на шкалу глубины кризиса. Для наилучшего понимания шкалы, необходимо провести расчеты, по прошедшим и уже хорошо изученным кризисным периодам. Так, например, во время кризиса 2009 года, интегрированный показатель для России находился на границе второго и третьего уровней глубины кризиса [Ломсадзе, 2014, С.102].

В своем исследовании я предполагаю практическое использование представленного инструмента путем сопоставления текущей глубины кризиса и базовой модели взаимоотношений, что является третьим этапом разработки и апробирования модели взаимоотношений, согласно разработанному инструментарию (см. рис. 1).

Так, основываясь на предложенных моделях А.Ю. Кисель, Н.Ю. Лапиной, А.Е. Чириковой, а также на некоторых более теоретизированных подходах классификации моделей взаимоотношений государства и бизнеса [см. Малышев, 2014; Курбатова, Левина 2006; Iwasaki 2003; Туровский 2009; Попандопуло 2012; Дорина 2013], я разработал 5 типовых «базовых» моделей взаимоотношений государства и бизнеса, основанных на разнице в глубине кризисных явлений. Я выделил модели: «Полностью либерального рынка», «Самостоятельно функционирующего рынка», «Либерального рынка с

элементами регулирования», «Частично контролируемого государством рынка» и «Контролируемого государством рынка».

Принятие одной из данных моделей на третьем этапе является только «отправной точкой» к формированию наиболее подходящих и взаимоувязанных совместных антикризисных мер власти и бизнеса. Данный этап позволяет избежать ненужной работы, отсекая заведомо проигрышные, или даже «вредные» меры преодоления кризисных явлений. Меры, которые по своей сути не соответствуют глубине кризиса. Так, например, очевидно, что при неглубоком кризисе, зачастую достаточно проведение периодических институциональных мер без значительной траты бюджетных средств, чтобы добиться выхода из кризиса. При глубоком, затяжном кризисе, наоборот, институциональные реформы, например, в области смены законодательства, могут не только не привести к улучшению результата, но и, напротив, настроить бизнес-структуры на враждебный лад. Ведь частая смена «правил игры» государством нередко порождает рост недоверия между ним и бизнесом [см., например, Бизнес просит власть повременить ... , 2015].

Модель «Полностью либерального рынка» - пожалуй, в наименьшей степени могла бы быть применима в текущих условиях. Она предполагает, что экономика находится в стадии роста. Применение данной модели сомнительно даже в случае стагнации (т.е. чуть выше, или на уровне «поверхности кризиса, согласно классификации М. Ю. Ломсадзе). Со стороны государства, модель более всего характеризуется известной экономической доктриной «Laissez-faire». Однако даже в текущей ситуации такая модель могла бы быть применима органами власти, если речь идет об отраслевой модели взаимоотношений с бизнесом, и при этом соблюдаются два условия:

- Данная отрасль не испытывает на себе кризисные явления;
- Государство не заинтересовано в развитии этой отрасли.

Вторая «базовая модель» - модель «Самостоятельно функционирующего рынка», более всего схожая с цивилизационной или системной моделями, согласно классификации, предложенной К. Ю. Киселем. Эта модель является наиболее применимой, если экономика, или отдельная отрасль находятся не «глубже» 1го уровня кризиса. Главная задача государства при принятии такой модели взаимоотношений с бизнес сообществом – разработка и контроль над соблюдением «правил игры». То есть взаимодействие с бизнесом осуществляется путем принятия разумных, понятных законодательных инициатив. Антикризисные меры, если они и становятся необходимы, в основном по характеру использования ресурса являются институциональными.

Третья модель носит название модель «Либерального рынка с элементами регулирования». По сути, это «классическая» антикризисная модель, сочетающая в себе

элементы модели «непосредственного диалога» и «партнерской» модели. Применима при 1-4 уровнях глубины кризиса. Модель берется в качестве базовой, когда, с одной стороны, негативные кризисные явления уже достаточно ощутимы, но, с другой стороны, не происходит резкой социальной дестабилизации. Основная задача государства при таких условиях - не допустить большего ухудшения ситуации. Должны применяться наиболее выверенные наборы как долгосрочных, так и краткосрочных мер. С определенными оговорками, можно сказать, что при попытках преодоления текущего экономического кризиса в России, федеральное правительство опирается именно на это «базовую» модель. Однако различие в том, что эта модель предполагает более открытый доступ бизнес структур к совместной разработке антикризисных мер. В то время как на данный момент, как уже было озвучено в первой части работы, преобладает диспропорция в доступе различных групп интересов к процессу выработки антикризисной политики.

Четвертая модель «Частично контролируемого государством рынка», сочетающая в себе черты партнерской модели и модели принуждения, применима в состоянии 4-6 уровней глубины кризиса. В современных условиях, целесообразно, например, применение такой модели правительством в условиях глубокого экономического кризиса в Венесуэле. Подобный подход применялся в Мексике в 1982 году [см. Heredia, 1992]. В данном случае основная задача государства - снизить накопившуюся социальную напряженность, разработав и применив значительный пакет краткосрочных мер, и только далее, преодолев пик кризиса и перейдя на 4-3 уровень глубины кризиса, начать разработку долгосрочных антикризисных мер. Однако при этих условиях крайне важно разработать пакет мер, как краткосрочного так и долгосрочного периода, создать его совместно с широким представительством бизнес-сообщества. Разумеется, полностью учесть интересы бизнеса при таких условиях будет невозможно, однако следует наиболее тщательно просчитывать главных бенефициаров антикризисных мер, их мотивацию и способность взамен поддержки внести свой вклад в поддержание социальной стабильности.

Наконец, пятая модель «Полностью контролируемого государством рынка» имеет черты ангажированной модели, а также, при возникновении, наряду с экономическим кризисом, кризиса политического, конфликтной модели взаимоотношений. Модель предлагается к применению в качестве «базовой» при условии глубочайшего кризиса 6 уровня его глубины и ниже. Часто такого рода экономические кризисы очень часто сопровождаются такими событиями как война, гражданская война, масштабное стихийное бедствие и т.д. В таких экономических условиях государству необходимо не допустить перерастания кризиса экономического в кризис социальный, поэтому требует

привлечение всех доступных средств для осуществления антикризисной политики. Однако, в условиях ограниченных ресурсов, привлечение бизнес сообщества для разработки антикризисной программы является жизненно необходимым условием. Так как во-первых, это позволит определить наиболее пострадавших и нуждающихся в помощи (чем больше экспертов привлекаются к разработке, тем меньше асимметрия информации между властью и бизнесом) и во-вторых, сможет способствовать участию частных ресурсов в осуществлении антикризисных мер, распределить риски между бизнесом и властью. Антикризисные меры в модели «полностью контролируемого» рынка требуют значительных административных и финансовых ресурсов от властных структур.

Для удобства восприятия информации, я визуально сопоставил предлагаемые модели с уровнями глубины кризиса. Результаты представлены на рисунке 4 [составлено по Ломсадзе, 2014, С.102].

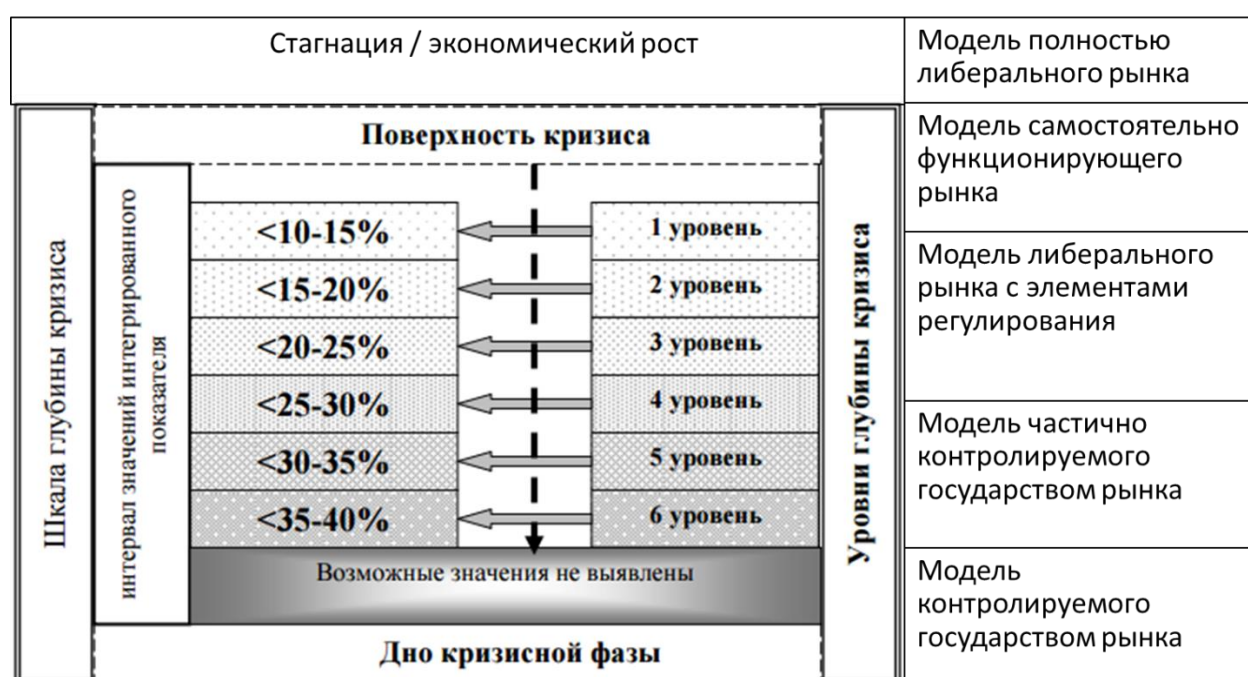


Рис. 4 Соответствие "базовых" моделей уровням глубины кризиса

Однако, требуется не только привести в соответствие текущую экономическую ситуацию и базовую модель, но и, в рамках каждой модели, разработать перечень наиболее типовых антикризисных мер, на основе которых и будет происходить формирования уже принимаемого перечня совместных антикризисных мер. То есть это тот перечень мер, с которым государство должно «выходить» на обсуждение с экспертами и бизнес сообществом в начале 4-й, ключевой фазы разрабатываемого инструмента.

Результаты разработанных мной типовых антикризисных мер для каждой «базовой» модели (за исключением модели «Полного либерального рынка») представлены в таблице 2.

Таблица 2 Перечень типовых антикризисных мер для базовых моделей взаимоотношений государства и бизнеса

Модель	Перечень типовых мер
Самостоятельно функционирующего рынка	Проведение консультаций по юридическим, финансовым и логистическим вопросам, стимулирование исследований, формирование института саморегулирования в отрасли
Либерального рынка с элементами регулирования	Стимулирование потребительского спроса через: налоговые вычеты, субсидирование потребительских кредитов; создание эффективной системы технического регулирования; рекомендации банкам по адресному кредитованию; софинансирование программ занятости
Частично контролируемого государством рынка	Предоставление налоговых/таможенных льгот; создание особых экономических зон, стимулирование совместных с иностранными партнерами инвестиционных проектов; предоставление гарантий предприятиям; докапитализация предприятий; увеличение объема госзакупок; прямое кредитование; выдача государственных гарантий
Контролируемого государством рынка	Совместное финансирование инвестиционных проектов; частичное приобретение предприятий; национализация предприятий; квотирование; заключение соглашений о ГЧП в проектах с прогнозируемыми денежными потоками; увеличение пособий по безработице

Составление данного перечня типовых мер основано на классификации и изучении особенностей антикризисных мер, проведенных мной в первой части работы. Данный перечень ни в коем случае не претендует на роль окончательного, с которым органы государственной власти должны «выходить» на разговор с бизнес сообществом.

Выбранная «базовая» модель должна быть актуализирована путем:

- Изучения и включения в модель наиболее релевантных мировых практик. Например, допустим, что разрабатываемый мной инструментарий применяется для построения модели антикризисного взаимодействия на отраслевом уровне и в рамках конкретного региона (например, машиностроение в Ленинградской области и Санкт-Петербурге). Тогда следует еще до вынесения предложений бизнесу включить опыт преодоления кризисных явлений в отрасли, накопленный в других странах, или других регионах РФ,

проанализировать опыт решения подобных проблем в смежных отраслях, опыт преодоления предыдущих кризисов в данной отрасли в этом регионе.

- Сопоставить «базовую» модель с документами стратегического планирования на предмет соответствия или несоответствия выбранной стратегии долгосрочным целям. Зачастую, ввиду высоких издержек «выхода» (то есть прекращения применения), некоторые меры неизбежно станут противоречить долгосрочным стратегическим задачам. Но это не означает, что необходимо станет исключить все потенциальные антикризисные меры такого рода из «базовой» модели. Напротив, зачастую это рождает необходимость поиска новых путей и механизмов решения таких задач [Оценка антикризисных мер ... , 2009, С.9-10]. То есть после интеграции антикризисной «базовой» модели взаимодействия с долгосрочным планом развития, потребуется добавление в нее дополнительных, чаще всего долгосрочных антикризисных мер, способных сбалансировать потенциальный перечень антикризисных мер в «базовой» модели.

Таким образом, разработанный инструментарий позволяет на завершающей стадии 3-го этапа сформировать модель взаимоотношений государства со структурами бизнеса, придерживаясь которой возможно составление перечня совместных антикризисных мер посредством публичного обсуждения.

Этапы 4-7 (см. рисунок 1) характеризуют уже непосредственное использование разработанной модели взаимодействия государство-бизнес. В этой части разработки инструментария я ставил перед собой задачу на основе факторов, выбранных ранее для включения в инструмент, разработать общий для всех «базовых» моделей последовательный процесс их применения.

Четвертый этап предложенного мной инструмента – это процесс обсуждения предлагаемых антикризисных мер в рамках «базовой» модели всеми заинтересованными сторонами. Этот этап включает:

- Идентификацию основных групп интересов. Основными группами интересов могут быть как бизнес-объединения [подробнее см. Кисель, 2013], профессиональные сообщества (профсоюзные объединения, некоммерческие организации, международные организации), так и отдельные компании.
- Вовлечение максимально возможного числа основных групп интересов в процесс обсуждения и разработки антикризисных мер. Основная идея состоит в том, что при любой базовой «модели», органы власти сами проявляют инициативу по вовлечению групп интересов, являясь координатором и главным действующим лицом процесса разработки мер. Должно поощряться выдвижение альтернативных предложений, вариантов мер по выходу из кризиса. Вовлечение групп интересов должно происходить

посредством организации круглых столов, форумов, публичных обсуждений, обмена частными мнениями, создания «рабочих групп» с участием представителей бизнеса. Возможно проведение массовых опросов среди профессионального сообщества.

- Аккумуляция и обсуждение всех предложений от групп интересов. Также, органы государственной власти, как субъект взаимоотношений, обладающий наибольшими возможностями и наибольшим влиянием на процесс выработки антикризисных мер, должны с самого начала изложить свои ожидания относительно разрабатываемой программы мер. Они должны открыто и широко освещать свою позицию по каждому вносимому предложению, не только выслушивать, аккумулялировать мнения групп интересов, но участвовать в процессе их активного обсуждения.

На пятом этапе принимается перечень взаимоувязанных антикризисных мер. В современных российских реалиях государство практически единолично способно принять решения по вопросу реализации той или иной меры. Однако принимаемая антикризисная программа должна всецело опираться на результаты публичных обсуждений.

Как часть разработанного инструмента, я подготовил ключевые характеристики, которыми должна обладать антикризисная программа:

- Направленность на быстрый выход из кризиса;
- Низкие риски по ухудшению социальной стабильности;
- Разделение рисков между групп интересов;
- Максимальное соблюдение баланса интересов сторон;
- Преобладание конкурсных и системных мер над селективными;
- Прозрачные механизмы участия потенциальных реципиентов конкурсных мер;
- Прозрачные механизмы реализации мер;
- Взаимосвязанность и не противоречие мер;
- Учет бюджетных ограничений;
- Широкие возможности для участия частного капитала в антикризисной программе;
- Соответствие перечня мер стратегическим целям групп интересов;
- Понятные и прозрачные механизмы оценки мер;
- Вовлечение групп интересов в осуществление мониторинга антикризисной программы.

Шестой этап - реализация выбранных антикризисных мер. Здесь критически важно наладить успешное администрирование, чтобы принятые меры по факту начинали действовать. Органы государственной власти должны использовать свой административный ресурс, осуществляя контроль над распределением средств, соблюдением сроков принятых мер, адресности используемых ресурсов. Поэтому седьмой

этап – оценка и мониторинг реализации антикризисных мер неразрывно связан с шестым. При этом, критически важно незамедлительно реагировать на «сбои» в процессе реализации антикризисного. Поэтому требуется широкое вовлечение бизнес-сообществ в процесс мониторинга ситуации. Возможно создание «антикризисного штаба», в который бы входили в том числе представители профессиональных сообществ и бизнеса.

Особое внимание на 6-7 этапах антикризисного взаимодействия по преодолению кризисных явлений следует уделить своевременному пересмотру антикризисных мер, их оперативному «подстраиванию» под изменяющиеся реалии. Всегда остается проблема сложности объективного оценивания результатов, так как многие антикризисные меры, их конкретный, выраженный в каком-либо показателе эффект оценить не представляется возможным. Однако, наличие «сквозного» мониторинга всеми сторонами позволит оценить направление влияния конкретной меры, или хотя бы совокупности антикризисных мер. Это направление влияния представляется возможным оценить, например, путем сбора эмпирических данных: периодические опросы представителей бизнеса. Также возможна проработка ключевых социально-экономических индикаторов, по результатам которых можно было бы оценивать реализуемые меры.

Таким образом, мною разработан прикладной инструмент моделирования взаимоотношений бизнеса и государства в условиях кризиса. Данный инструмент направлен на поиск наиболее оптимальной модели антикризисных взаимоотношений государства с бизнес сообществом. Конечная цель инструмента - создание модели взаимодействия двух субъектов для принятия совместных антикризисных мер, совместный контроль над их реализацией. Инструмент состоит из двух основных частей: разработка «базовой» модели и практическая реализация «базовой» модели при взаимодействии с бизнес сообществом (на основе разработанных ключевых характеристик). При этом, необходимо провести практическую проверку инструментария на примере построения антикризисной модели государство-бизнес в страны, региона, или отрасли.

2.3 Практическая проверка разработанного инструментария на примере антикризисной модели взаимоотношений бизнеса и государства в отрасли автомобильной промышленности

Последний этап данного исследования состоит в практическом применении разработанного инструментария. В качестве примера мной было принято взять одну из отраслей экономики России. На мой взгляд, разработанная модель наиболее применима именно в отраслевом разрезе, так как многие антикризисные меры, принимаемые государством и бизнесом, носят именно отраслевой характер. При разработке общей

антикризисной модели, придется сначала выстраивать линейку отраслевых моделей, и потом интегрировать их в единую систему взаимодействия. Отрасль выбиралась по двум принципам. Во-первых, она должна являться значимой для экономики России в целом (то есть иметь существенную долю в ВВП, создавать значительное количество рабочих мест). Во-вторых, на момент проведения исследования отрасль должна находиться в состоянии экономического кризиса, испытывать на себе негативные последствия экономического кризиса в России 2014-2016 гг.

Так, на данный момент можно выделить следующие пострадавшие в кризис отрасли [Некоторые отрасли ... , 2016; Metallургический кризис ... , 2016]:

1. Строительство;
2. Черная металлургия;
3. Автомобильная промышленность;
4. Легкая промышленность.

Подчеркиваю, что в задачи данного исследования не входило выявление полного перечня пострадавших от кризиса отраслей экономики, и их ранжирование по степени глубины кризисных явлений. Приводятся лишь те отрасли, в которых негативная динамика в 2014-2016 годах наиболее очевидна.

Из выделенных отраслей предлагается для практической проверки разработанного инструментария я остановился на автомобильной промышленности.

Отрасль создает около 400 тысяч рабочих мест непосредственно в автомобилестроении и еще около 1 млн. рабочих мест в зависимых и дилерских компаниях. Доля автомобильной промышленности в 2012 году составляла 0,45% ВВП с тенденцией к росту. Если к этому добавить торговлю и обслуживание автотранспортных средств, то вклад в ВВП России по состоянию на 2012 год оценивается в 1,69%. При вкладе в 5,21% ВВП всех технологических отраслей экономики России [Бутов, 2015, С.6], можно с уверенностью сказать, что отрасль автомобильной промышленности является значимой в масштабе всей экономики России. Таким образом, данная отрасль удовлетворяет двум выдвинутым принципам выбора.

Первый этап проверки инструментария на практике – формирование перечня социально-экономических показателей в отрасли. Выбранные показатели должны характеризовать кризисные явления, которые могут происходить в отрасли. Я выделил следующие ключевые кризисные явления:

- Снижение объемов, темпов роста промышленного производства. Это возможное кризисное явление предлагается характеризовать показателями: «Производство основных

групп автомобилей, тыс. шт.» и «Выручка, млрд. руб.» (выручка всех компаний автомобильной промышленности по основным видам деятельности).

- Снижение инвестиционной и инновационной активности. Данное кризисное явление в долгосрочном плане может сильно отразиться на развитии отрасли. Из-за длинного отраслевого жизненного цикла (в России - от 13 до 30 лет, см. [Пасько, 2014, С. 204]), недостаток инвестиций в основной капитал и НИОКР в период кризиса могут негативно повлиять на развитие отрасли в перспективе целого десятилетия. Явление предлагается характеризовать следующими показателями: «Инвестиции в основной капитал, млрд. руб.», «Затраты организаций на технологические инновации, млрд. руб.», «Сальдо прямых иностранных инвестиций, млн. долл. США».
- Массовые увольнения, структурная безработица, уменьшение доходов занятого в отрасли населения. Предлагаются следующие показатели: «Среднесписочная численность работников, занятых в основном производстве, тыс. чел.», «Разница между годовым ростом средней номинальной заработной платой в отрасли и годовой инфляцией, %».
- Ухудшение финансового положения компаний (снижение капитализации компаний, снижение рентабельности, получение убытка предприятиями). Показатели, характеризующие явление: «Сальдированный финансовый результат компаний отрасли, млрд. руб.», «Рентабельность (убыточность) производства, %», «Задолженность по полученным кредитам и займам, млрд. руб.».
- Снижение эффективности производства. Показатель, характеризующий явление: «Уровень использования среднегодовой производственной мощности, %».

Второй этап – определение текущего уровня глубины кризиса в отрасли. По сформированным показателям выбираются данные для дальнейших подсчетов. Временной интервал – 6 лет. Временной интервал выбран с учетом, во-первых, оригинального подхода, предложенного [Ломсадзе, 2014] и, во-вторых, исходя из временных рамок предыдущего экономического кризиса в России (2008-2009 гг.), который также отразился на данной отрасли. Периодичность данных – год. Во-первых, это вызвано особенностью сбора статистики, во-вторых, позволяет учесть сезонность и, в третьих, также соответствует оригинальному подходу, предложенному автором при выявлении глубины кризиса в масштабах региона. Собранные данные для подсчета представлены в таблице 3. Источник данных – Федеральная Служба государственной статистики.

Таблица 3 Данные для подсчета интегрированного показателя

Показатель	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Инвестиции в основной капитал, млрд. руб.	59,33	61,98	64,86	97,85	120,64	124,96
Разница между ростом средней номинальной заработной платой в отрасли и инфляцией, %	0,16	0,18	0,07	0,06	-0,04	-0,07
Сальдированный финансовый результат компаний отрасли, млрд. руб.	6,04	40,49	50,30	32,50	-32,06	-64,90
Выручка, млрд. руб.	712,63	1370,1	1685,7	1743,5	1598,02	1267,29
Среднесписочная численность работников, занятых в основном производстве, тыс. чел.	213,12	226,12	235,44	229,09	213,93	183,53
Уровень использования среднегодовой производственной мощности, %	57,08	72,43	80,24	68,42	58,78	41
Производство основных групп автомобилей, тыс. шт.	1208,92	1737,31	1971,33	1916,37	1739,63	1284,18
Сальдо прямых иностранных инвестиций, млн. долл. США	1575	567	800	871	-131	-73
Рентабельность (убыточность) производства, %	2,63	6,7	5,08	3,68	0,8	-2,3
Задолженность по полученным кредитам и займам, млрд. руб.	290,80	286,32	288,77	281,79	347,88	421,20
Затраты организаций на технологические инновации, млрд. руб.	7,77	14,36	21,00	45,98	30,28	16,83

Далее, используя порядок подсчета, описанный предыдущей подглаве (см. формулы (1) – (6)), рассчитывается интегрированный показатель кризиса в отрасли. Подробно этапы и промежуточные результаты вычислений представлены в приложении.

В таблице 4 представлены значения интегрированных показателей кризиса в автомобильной промышленности за 2013-2015 гг.

Таблица 4 Значения интегрированного показателя кризиса в автомобильной промышленности за 2013-2015 гг.

Год	2013	2014	2015
Значение интегрированного показателя, %	3,37	49,48	39,54

Данные показатели соответствуют 1-му уровню кризиса в 2013 году, наивысшему (вероятно, 7му) уровню кризиса в 2014 году и 6-му уровню в 2015 году (см. рисунок 2). Соответственно, на завершающей стадии второго этапа было определено, что по результатам 2015 года, в отрасли автомобильной промышленности во взаимоотношениях

с бизнес-сообществом, органам государственной власти необходимо придерживаться модели «Частично контролируемого государством рынка» (см. рисунок 4).

Нахождение отрасли на 6-м уровне кризиса обосновано. По сравнению с докризисным для всей экономики России 2013 годом, за два прошедших года, по результатам 2015-го, производство сократилось на 32,9%, затраты на НИОКР – на 63,3%, сокращения основного персонала составило 19,9%, то есть за прошедшие два года был сокращен каждый пятый. Выручка сократилась на 27,3%. Уже второй год отрасль показывает убытки. В 2015 году рентабельность опустилась ниже 0, то есть производство в этой отрасли стало попросту убыточным. Рост заработной платы в отрасли существенно отстает от инфляции (на 4% и 7% в 2014 и 2015 гг. соответственно). В полтора раза увеличилась задолженность по принятым обязательствам, наблюдается отток иностранных инвестиций. Растут лишь инвестиции в основной капитал (за счет реализации крупных проектов, принятых еще в 2010-2013 гг.).

Основываясь на выбранной «базовой» модели, органы государственной власти должны выходить на обсуждение с бизнес сообществом со следующим перечнем антикризисных мер:

1. Предоставление налоговых/таможенных льгот;
2. Создание особых экономических зон;
3. Стимулирование совместных с иностранными партнерами инвестиционных проектов;
4. Предоставление гарантий предприятиям, прямое кредитование, выдача государственных гарантий;
5. Увеличение объема госзакупок.

Однако, учитывая особенности отрасли, уже на данном этапе следует изменить этот перечень. Так, ввиду уже сложившихся автомобильных кластеров на территории России, в период кризиса такой глубины в отрасли, создание новых кластеров является нерациональной мерой. Тогда как создание особых экономических зон на территории функционирующих кластеров – вероятная антикризисная мера.

Увеличение госзакупок в данной отрасли также видится неподходящей мерой. Возможен, но маловероятен ввиду бюджетного ограничения, вариант конкурсных закупок партий автомобилей в качестве подарков отдельным категориям граждан: ветеранам Великой Ответственной войны, узникам фашистских лагерей, ветеранам труда и т.д.

Возможно введение таможенных льгот на экспорт автомобилей. В условиях текущего сокращения внутреннего рынка, такая мера способствовала бы увеличению экспортируемых автомобилей, остановив массовые сокращения персонала и загрузив простаивающие мощности существующих предприятий. Вместе с этим, логичной видится

мера по снижению импортных пошлин на комплектующие. С девальвацией рубля их стоимость существенно возросла. Однако данную меру следует в дальнейшем оценить с точки зрения долгосрочных целей развития отрасли. Возможно, необходимо, наоборот, наращивать внутреннюю ресурсную базу. Ведь повышение уровня локализации производства в данной отрасли является одним из определяющих драйверов роста рентабельности.

Еще одна специфическая для отрасли, на мой взгляд, обоснованная мера – субсидирование НИОКР. Последним, но немаловажный комплекс мер должен обеспечить стимулирование потребления автомобилей на внутреннем рынке.

Далее следует сопоставить «базовую» модель с документами стратегического планирования. В данном случае, следует принимать во внимания, в первую очередь, следующие документы: Стратегия развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 года, Отраслевой план мероприятий по импортозамещению в автомобильной промышленности Российской Федерации, Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 года, государственная программа «Развитие промышленности и повышение её конкурентоспособности». Хотя в цели работы не входит подробный анализ и оценка стратегических документов, однако в рамках апробации предложенного инструментария необходимо выделить ключевые цели, поставленные Правительством для развития отрасли.

Так, цель Стратегии развития автомобильной промышленности – «Максимизация добавленной стоимости, созданной на территории России на всех этапах жизненного цикла продукции автомобилестроения, при обеспечении достаточного выбора и высокого качества автомобильной техники». Таким образом, стратегический упор идет на развитие производств полного цикла с высоким уровнем локализации, повышение вклада отрасли в экономику (то есть рост производства), а также развитие конкуренции и качества. Примечательно, что в рисках реализации стратегии заложен риск слабо развитого производства компонентов второго и третьего уровней. При текущей экономической ситуации, когда произошла резкая девальвация национальной валюты, но производители вынуждены продолжать приобретать компоненты импортного производства ввиду отсутствия сопоставимых отечественных аналогов, данный риск получил максимальную реализацию.

Поэтому развитие импортозамещения автомобильных компонентов должно быть добавлено к «базовой» модели антикризисных мер. При этом предложенные изначально меры по предоставлению таможенных льгот на импорт компонентов должны быть, как

минимум, детально проработаны в тесном взаимодействии с национальными производителями.

На мой взгляд, есть две основные причины кризиса в этой отрасли:

1. Резкое сокращение спроса на внутреннем рынке;
2. Удорожание процесса производства за счет импортной составляющей.

Примечательно, что в стратегических документах сокращение зависимости от импорта в автомобильной промышленности, выраженное в уровне локализации производства, и существенный рост спроса на внутреннем рынке, выраженный в достижении плановых показателей по сбыту произведенных на территории РФ автомобилей, являются ожидаемыми результатами реализации стратегии. Таким образом, текущий кризис в отрасли, при отсутствии комплексных мер по его преодолению может сорвать реализацию стратегии в том виде, в котором она есть сейчас. Поэтому комплекс мер, выносимых на обсуждение в рамках 4-го этапа разработанного инструментария (см. рисунок 1) должен быть направлен на поддержание спроса и удешевление процесса производства.

Далее следует, основываясь на изучении международного опыта и опыта антикризисного взаимодействия в 2009 году, конкретизировать перечень антикризисных мер в рамках «базовой» модели. Рассматривая международный опыт, следует признать, что инструменты стимулирования спроса на новые автомобили, применяемые в странах западной Европы в 2008-2009 году, достаточно хорошо зарекомендовали себя. «Утилизационный бонус» размером до 2,5 тысяч евро стимулировал рост потребления конечных продуктов, выпускаемых автомобильной отраслью на 5-8% [Добринский, 2009]. И это происходило в условиях снижения покупательной способности населения в период 2008-2009 гг. Однако опыт стран (США, Великобритания, Германия), применявших меры активного стимулирования спроса путем предоставления льготного кредитования, или же «Утилизационного бонуса», выявил один существенный недостаток такого рода меры. После преодоления «острой» фазы кризиса и «сворачивания» стимулирующих спрос программ, происходила долгосрочная стагнация роста потребления автомобилей. То есть проявлялся эффект, обратный эффекту «отложенного спроса». Спрос будущего периода потребления, за счет выгодного субсидирования, «переносился» в кризисный период для сглаживания резкого сокращения потребления [подробнее см. OECD economic outlook, 2009, Р. 88]. Поэтому, при составлении антикризисных мер поддержки спроса особое внимание уделять пост-кризисному эффекту их отмены, возможно в тесном взаимодействии с бизнесом найдя альтернативные варианты стимулирования спроса с меньшим эффектом от «сворачивания». Мое предположение в данном случае, - в период

кризиса создавать упор на поддержку не только и не столько внутреннего спроса, а продвигать экспорт производимых в стране автомобилей. Стоит заметить, что проблема специализации отрасли на внутреннем спросе стоит достаточно остро: в 2015 году лишь 7,35% произведенных в России автомобилей не были реализованы на внутреннем рынке, а экспортировались [Бутов, 2015, С.7]. Однако, при недостаточном уровне локализации производства, автомобили российской сборки будут уступать в цене аналогам, произведенным на потенциальных экспортных рынках (Европа), где уровень внутренней конкуренции и так достаточно высок. Поэтому возможен поиск альтернативного пути: при поддержке государства, с его ценным ресурсом переговорной силы, продвигать авто российской сборки на «нестандартные» рынки: в страны Ближнего востока, средней Азии, Африки, в том числе курируя поставки государственным структурам этих стран (полиции, медицинским учреждениям и т.д.).

Отдельно стоит обратить внимание на шведский опыт в выстраивании взаимоотношений между государством, компаниями-производителями и наукой. Реализованная в Швеции программа «The Vehicle Research Programme» в 1994-2001 гг. – прекрасный пример координирующей роли власти и выстраивания партнерских отношений с отраслью. Основной результат программы: в тесном взаимодействии с бизнесом удалось наладить систему научно-исследовательских разработок на базе национальных научных учреждений. Система адресных субсидий на проведение научных исследований, при достаточно сильной автономности бизнес структур в принятии решений и создании требований к научным разработкам; конкурсный характер предоставления государственной поддержки, - все эти факторы в своем сочетании создали сильный драйвер развития национальной отрасли на многие годы вперед [подробнее см. Summary Impact ... , 2009]. Основной вывод из шведского опыта для России: для поддержания социальной стабильности в отрасли (отсутствие массовых увольнений, доступность покупки транспорта населением), следует сконцентрироваться на увеличении рентабельности производства. Ключевой фактор – максимально увеличить локализацию производства. Наличие сырьевой базы в России является хорошей предпосылкой к этому. Однако, многие импортируемые составляющие, в том числе высокотехнологичные, не имеют аналогов среди российских производителей. Поэтому следует стимулировать разработки и создание опытных образцов с дальнейшим выходом на массовое производство компонентов. Однако государству следует не просто субсидировать НИОКР, а создать эффективную систему взаимодействия между отраслевыми производителями и научными учреждениями. Предоставление субсидий должно обязательно осуществляться на конкурсной основе с разработкой четких критериев отбора

и контроля над расходами средств. Замена простого выделения субсидий на НИОКР участием государственных органов в создании системы взаимодействия бизнеса и науки в данной отрасли, на мой взгляд, может существенно ускорить процесс импортозамещения не производимых в России на данный момент компонентов.

Весьма полезен также опыт антикризисного взаимодействия органов государственной власти Великобритании и бизнес сообщества в отрасли автомобильной промышленности. В декабре 2009 года создан «Совет по автомобильной промышленности Соединенного Королевства» - «The United Kingdom Automotive Council», задачи которого:

- Создание развитой бизнес-среды для стимулирования инвестиций в отрасль;
- Налаживание «стратегического продолжительного диалога» между государством и автомобильной промышленностью Великобритании;
- Развитие сильной и конкурентоспособной логистики в отрасли [Rhodes, Sear, 2015, P.7].

Так, например, данный совет при поддержке власти помог привлечь частные инвестиции в основной капитал для компании-производителя комплектующих DTR VMS Ltd. на сумму £12,7 млн., когда Правительство выдало гарантию всего на £3 млн [Rhodes, Sear, 2015, P.13].

Так, замена «простого» механизма выдачи государственных ресурсов (в виде кредитов, обеспечений) компаниям отрасли на создание постоянно функционирующего органа, который бы занимался привлечением частного капитала в отрасль, осуществлял бы функции связующего звена между бизнесом и властью, донося позицию всех заинтересованных сторон в наиболее короткий срок.

Итак, идентифицировав «базовую» модель взаимоотношений власти с бизнесом, актуализировав ее на основе принятых документов стратегического планирования и международного опыта, я предлагаю в 2016-м году «выходить» на обсуждение с бизнесом следующей антикризисной программы мер:

1. Создание специального органа – координационного совета по развитию автомобильной промышленности. В данный орган должны входить представители как бизнеса, в лице крупнейших компаний и профессиональных объединений, так и государства, в лице представителей Министерства промышленности и торговли, Министерства образования и науки. Данный орган должен будет осуществлять поддержку непрерывного диалога бизнес-власть, служить площадкой для обсуждений антикризисных мер, процесса их реализации, заниматься мониторингом мер. В период такого острого кризиса в отрасли критически важно налаживание оперативного диалога. Так, например, при существовании подобного органа в 2015 году, решению о консервации производства на заводе «General

Motors» в Петербурге предшествовало бы широкое обсуждение с поиском возможностей для сохранения рабочих мест и продолжения производства.

2. Поддержка финансовой стабильности. Должны быть выдвинуты предложения о создании особых экономических зон на территории существующих производств на период кризиса с льготным налогообложением, пониженными тарифами на электроэнергию, льготными тарифами на перевозки, или их субсидирования. Изменение субсидирования потребления электроэнергии и субсидирования налоговых платежей и сборов, осуществляемые в рамках антикризисной программы 2015 года, на фиксированную «скидку» исходя из объема потребления и объема налоговых платежей, на мой взгляд, позволило бы получить более честный и прозрачный доступ всех компаний отрасли к данной антикризисной мере. Субсидирование же предполагает наличие лимитов и выплата субсидий исходя из их превышения/не превышения.

3. Стимулирование спроса. Предложения мер по стимулированию спроса должны быть изложены в двух аспектах. Стимулирование внутреннего рынка и развитие экспорта. Стимулирование внутреннего рынка должны предлагаться меры, уже осуществляемые в 2014-2015 годах: «утилизационный бонус» и субсидирование кредита на покупку автомобиля. Однако здесь следует выработать жесткую позицию: продолжать осуществлять данные меры только при условии сохранения существующих рабочих мест и постепенного создания новых, за счет планового повышения локализации производства (т.е. привязать участие конкретной модели автомобиля в программах по утилизации и субсидированию кредита к уровню локализации производства модели). Такой подход «помощь в обмен на ограничение» в данном случае оправдан. Такой же подход следует осуществлять, предложив стимулирование спроса за счет осуществления государственных закупок автомобилей. Следует возложить на координационный совет задачу проработки открытого механизма закупок автомобилей с понятными критериями, и равным доступом всех потенциальных участников - производителей на территории России. Предложение по поддержке развития экспорта заключается в введении льготных экспортных пошлин на автомобили и создании контролируемого Правительством органа, занимающегося поиском и проработкой крупных контрактов на экспорт автомобилей. Далее участие в таких контрактах должно осуществляться на конкурсной основе и при посредничестве, поддержке в переговорах на пост конкурсных этапах государства.

4. Привлечение инвестиций. Предлагается возложить на координационный совет задачу привлечения инвестиций в отрасль по примеру Великобритании: Правительство на конкурсной основе выдает гарантию, а финансирование привлекается частное. Особая задача совета – поиск и привлечение новых крупных компаний, готовых инвестировать в

производство компонентов второго и третьего уровней. Из этого исходит последний, но не менее важный комплекс антикризисных мер в рамках всей предлагаемой программы.

5. Стимулирование импортозамещения компонентов иностранного производства. Как уже сказано, первая мера должна быть направлена на привлечение новых игроков. Вторая предлагаемая мера базируется на шведском опыте: в рамках координационного совета создается орган по содействию импортозамещения в отрасли. Данный орган, при всецелой поддержке административного ресурса государства, осуществляет распределение субсидий на проведение НИОКР с привлечением научных учреждений. Компании, заинтересованные в проведении научных разработок, с одной стороны будут обладать широкой автономией выдвиганию требований по процессу и сути разработок, но, с другой стороны, должны будут частично финансировать разработки из собственных средств, или привлеченных частных средств.

Таким образом, широкому обсуждению (непременное условие в рамках разработанного инструментария) всех заинтересованных сторон предлагается увязанный с интересами, как государства, так и бизнеса «базовый» план мероприятий по выходу из кризиса и дальнейшему развитию отрасли. Однако данный план не является окончательным, подлежит глубокому обсуждению.

Следует подчеркнуть, что практическая проверка разработанного инструментария на примере в рамках данного проекта возможна лишь на этапе составления «базовой» модели. Имитировать процесс согласования, обсуждения предложенной модели не представляется возможным. Проведение интервьюирования с несколькими представителями отрасли и органами власти не смогло бы отразить мнение всех заинтересованных сторон, тогда как позиция представителей лишь части компаний могла бы только деформировать, исказить предлагаемую модель. Проведение интервью со всеми группами интересов невозможно ввиду ресурсных ограничений автора и текущего формата работы.

Однако, представляется возможным, например, идентификация всех групп интересов в рамках моделирования взаимоотношений. К группе интересов я отношу: компанию, осуществляющую деятельность в отрасли автомобильной промышленности; некоммерческую организацию, представляющую группу лиц связанную с данной отраслью, орган государственной власти, чьи полномочия, так или иначе, пересекаются с функционированием отрасли, а также крупных игроков смежных отраслей: банковской сферы (лизинговые, страховые компании), электроэнергетики и т.д. Так как данная отрасль характеризуется высокой концентрацией, то идентификация всех отраслевых компаний достаточно проста. Так, согласно данным Росстата, в отрасли автомобильной

промышленности занято 139 предприятий. Однако, мощности по сборки имеют лишь 20 предприятий, они и заняты реальным производством. За окончательный же перечень предприятий отрасли предлагается взять «Реестр организаций – крупнейших производителей колесных транспортных средств и (или) шасси», который ведется Минпромторгом. На данный момент (последняя запись в реестре сделана 18.03.2016 г.), реестр насчитывает 37 компаний. Также к группам интересов относятся следующие организации: НП «Объединение автопроизводителей России», «Союз машиностроителей России», «Ассоциация международных автоперевозчиков». Из органов государственной власти следует выделить: Министерство промышленности и торговли, Министерство образования и науки, Правительства регионов, в которых имеются кластеры автомобильной промышленности, или крупные предприятия: Санкт-Петербурга, Ленинградской обл., Калининградской обл., Москвы, Московской обл., Нижегородской обл., Калужской обл., Челябинской обл., Самарской обл., Республики Татарстан, Удмуртской Республики, Приморского края и т.д.

Следует подчеркнуть, что процесс согласования «базовой модели», реализации и мониторинга должны опираться на принципы, описываемые в предыдущей части главы.

Последний этап, который я бы хотел предпринять – это сравнить предложенную модель взаимоотношений с той, которая на данный момент принята Правительством России. То есть сравнить мои меры в рамках «базовой модели» с «Программой поддержки автомобильной промышленности на 2016 год». Программа насчитывает 12 мероприятий (мер) государственной поддержки. Практически все они относятся к различным мерам стимулирования спроса, а также к обеспечению финансовой стабильности компаний. Стимулировать спрос предлагается путем:

- льгот для покупателей автомобилей (субсидирование автокредита и программа утилизации);
- государственных закупок (в основном, специальной техники);
- стимулирования экспорта.

Финансовая стабильность компаний достигается в основном путем возмещения части затрат на производство (затраты на энергию, оплату рабочих мест, выпуск и поддержку гарантийных обязательств), что по сути также является скрытой мерой стимулирования спроса через занижение цен.

Только одна из мер направлена на долгосрочное развитие отрасли (поддержка экспорта), остальные меры носят краткосрочный характер. Однако сравнение было бы не полное без учета еще одного документа, который, формально не являясь частью антикризисной политики, на мой взгляд, является самой важной его частью. Речь идет об

отраслевом плане по импортозамещению в автомобильной промышленности Российской Федерации от 31 марта 2015 г., рассчитанном до 2020 г. Данный план состоит из проектов по разработке и внедрению аналогов ранее не производимых в России компонентов в автомобильной промышленности.

Примечательно, что за день до принятия Программы поддержки автомобильной промышленности, состоялось совещание Правительства по данному вопросу. Д. А. Медведев озвучил две точки роста: «наладить работу по импортозамещению автокомпонентов» и «внимательно анализировать наши экспортные возможности, подумать, как нам продвигать наши компании, наши бренды на внешние рынки» [Совещание о текущем состоянии ... , 2016]. Таким образом, мое видение практически полностью совпадает с видением Правительства. Однако возникает закономерный вопрос: почему данные «точки роста» практически не были учтены в Программе? Так, на поддержку экспорта из 50 выделено только 3,3 млрд. руб. Я предполагаю, что все дело в слабой координации действий исполнительных органов государственной власти и представителей бизнес сообщества. Ведь, в отличие от предложенного мной «базового» плана, Правительство не предприняло никаких видимых мер по институциональным преобразованиям в отрасли, ограничившись лишь только выделением финансовых ресурсов.

Проанализировав текущее состояние взаимоотношений государства с бизнес-сообществом в отрасли, предложенный План развития отрасли, я прихожу к выводу, что разработанный мной инструмент может быть применим на практике. По своей сути, составленный мной «базовый» план согласно разработанному инструментарию, в отрыве от принятого Правительством плана (в процессе разработки я не обращался к документам, принятым в 2016 году), оказался не только схожим, но и в некоторых частях даже более взвешенным.

Заключение

Сфера взаимоотношений государства и бизнеса многоаспектна. Оценивая мотивы поведения этих субъектов, я склоняюсь во мнении, что при всей разности целей у власти, стоящей на страже социальной стабильности и бизнеса, требующего устойчивого развития, во время периода экономического кризиса возникает общность интересов. Эта общность интересов лежит в плоскости наискорейшего преодоления негативных тенденций. Государству необходимо снять риски ухудшения социального положения граждан, а бизнес структурам – риски ухудшения финансового положения. Поэтому неокорпоративистская модель, предполагающая соучастие власти и бизнеса в совместном

преодолении кризиса, в современных условиях видится наиболее жизнеспособной. Модель взаимоотношений, сложившаяся в современных российских условиях, когда государство всеми способами отгораживается от бизнеса, а бизнес сводит все связи с властными структурами к лоббизму частных интересов, остается применима от силы в условиях стабильного экономического роста. Изучив опыт прошедших в России кризисов 1998, 2008-2009 гг. и текущего кризиса 2014-2016 гг., я проследил трансформацию, произошедшую в поведении двух субъектов: происходит процесс институционализации взаимоотношений, легитимации участия бизнеса в разработке антикризисной политики. Необходимость снятия взаимного недоверия, улучшения делового климата, смены «дирижерского» сценария с преобладанием селективных мер на диалог, необходимость учета отраслевых особенностей, - вот те многие вызовы, возникшие перед властью и бизнесом в условиях текущего экономического кризиса.

Основной темой диалога между государством и бизнес структурами должна стать тема выработки антикризисных мер, совместное осуществление которых должно вывести экономику из фазы кризиса. Тогда как в современных условиях ресурсы в значительной мере сконцентрированы в руках государства, бизнес все чаще воспринимает государство как источник ограниченных ресурсов в кризисное время. Однако раздача этих ресурсов не носит безвозмездный характер: формируется система «ресурсы взамен на ограничения»: государство поддерживает финансовую стабильность бизнеса, а бизнес исполняет взятые на себя социальные обязательства. При условии формирования прозрачных правил доступа к ресурсам государственной поддержки, отказу от селективных мер в пользу конкурсных процедур и системных решений, в условиях кризиса будет выживать самый законопослушный, социально ответственный и конкурентоспособный бизнес.

Поэтому на сегодняшний день существует острая необходимость создания комплексного инструмента, способного создавать модель партнерских взаимоотношений государство-бизнес. Главным результатом данной работы и своим академическим вкладом я считаю разработку данного инструмента.

С одной стороны, этот инструмент позволяет создать «базовую» модель, которая наибольшим образом подходит сложившимся кризисным условиям, учитывает глубину кризисных явлений, отражает региональную и отраслевую специфику происходящих процессов. С другой стороны, разработанный инструмент предполагает единый подход к процессу практического применения выбранной модели взаимоотношений: построению совместной антикризисной программы.

Разработан исчерпывающий перечень характеристик, которыми должна обладать программа антикризисного взаимодействия, главные из которых: направленность на

быстрый выход из кризиса, максимальное соблюдение баланса интересов сторон, прозрачные механизмы участия в конкурсных мерах и прозрачные механизмы реализации мер, увязка антикризисной программы долгосрочной программе развития, привлечение широких возможностей для участия частного капитала в антикризисной программе, понятные процедуры оценки программы.

Практическая проверка инструмента путем построения модели взаимоотношений в отрасли автомобильной промышленности позволила судить о состоятельности инструмента. Его применение возможно не только в теории, но и на практике, что выгодно отличает его от, зачастую излишне теоретических, классификаций моделей взаимоотношений.

Однако разработанный инструмент имеет и ряд важных ограничений. Во-первых, моделирование взаимоотношений в рамках государства и бизнеса в целом требует анализ всех отдельно взятых отраслей экономики. Подход, взятый за основу для идентификации уровня глубины кризиса, требует существенной доработки: необходимость присвоения весовых категорий различным показателям вносит субъективизм в процесс подсчета интегрированного показателя; протяженность выбранного временного ряда также влияет на конечный результат. Однако, даже предположив наличие погрешностей в измерениях, факт остается неизменным: на основании инструмента была предложена модель реализации совместных антикризисных мер, очень точно совпавшая с текущими предложениями Правительства. Более того, предложенная «базовая» модель лучше отвечала долгосрочным целям развития отрасли.

Коль скоро «базовая» антикризисная модель взаимоотношений государство-бизнес была составлена, я бы хотел отразить здесь свои ключевые рекомендации Правительству по выходу из кризиса в отрасли автомобильной промышленности. Следует от краткосрочных мер стимулирования спроса перейти к поддержке основных точек долгосрочного роста: экспорту готовой продукции и, что особенно важно, созданию сильной компонентной базы. Ключ к реальному импортозамещению в отрасли лежит через создание стратегического альянса «производитель-государство-научное учреждение». Следует предоставить широкую автономию производителю в праве установления условий по разработкам. Однако Правительство должно оставаться «гарантом» соблюдения интересов, координатором действий, «архитектором» системы в процессе создания конкурсных процедур. Следует помнить, что любые меры государственной поддержки оказываются бессмысленными в отсутствии вовлеченности бизнес-сообщества в процессы разработки и реализации антикризисных инициатив.

Список использованной литературы

1. Автономов, А. С. Азбука лоббирования / А. С. Автономов. — М. : ИРИС, 2004. — 109 с.
2. Азаренко, Б. Н. Новое в антикризисной политике государства / Б. Н. Азаренко // Экономическое возрождение России. — 2010. — №1. — С. 13-19.
3. Афанасьев, М. Н. Клиентелизм и российская государственность / М. Н. Афанасьев. — 2-е издание. — М. : Московский Общественный Научный Фонд, 2000. — 346 с.
4. Белов, Д. С. Роль GR-подразделений в управлении регулятивными рисками в период кризиса / Д. С. Белов // Вестник Московского университета. — 2009. — №5(12). — С.41-46.
5. Биджиев, А. С. Взаимодействие органов власти и бизнеса как фактор управления социально-экономическим развитием региона / А. С. Биджиев, Г. М. Шамарова // Журнал «Вопросы управления». — 2012. — № 1(18). — С. 161–165.
6. Бизнес и власть в России: взаимодействие в условиях кризиса / под ред. А. Н. Шохина — М. : Изд. дом. Высшей школы экономики, 2016. — 280 с.
7. Бизнес просит власть повременить с нововведениями во время кризиса // Деловой Петербург: ежедн. интернет-изд. 2015. 12 окт. URL: http://www.dp.ru/a/2015/10/12/Vremja_dlja_sotrudnichestva/ (дата обращения: 20.04.2016).
8. Большаков, С. Н. Институционализация отношений между государством и бизнесом: тенденции и приоритеты / С. Н. Большаков, Ю. Большакова // Человек и труд. — 2011. — № 5.
9. Бусленко, Н. П. Моделирование сложных систем / Н. П. Бусленко. — М. : Наука, 1968. — 356 с.
10. Бутов, А. М. Рынок легковых автомобилей / А. М. Бутов // НИУ ВШЭ. — 2015. — 55 с.
11. Быков, И. А. Government Relations: Современные теоретические подходы и практические решения / И. А. Быков, О. Г. Филатова // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: матер. 52-й междунар. науч.-практ. конф. — СПб. : СПбГУ, 2013. — С. 137-140.
12. Голосов, Г. В. Социальные сети и электоральное поведение / Г. В. Голосов, Ю. Д. Шевченко // Политическая социология и современная российская политика. —СПб., 2000. — 360 с.
13. Добринский, Е. С. Меры по господдержке автомобильных производителей в России и Западной Европе в условиях системного кризиса / Е. С. Добринский // Машиностроитель. - 2009. - N 11. - С. 5-6

14. Дорина, Е. А. Взаимодействие государства и бизнес-корпораций в современной России: политико-административные ресурсы и модели развития : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 23.00.02 / Дорина Евгения Анатольевна. — М., 2013. — 28 с.
15. Зарубежный опыт реализации активных программ содействия занятости населения в период международного финансового кризиса // Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации. — 2015. - №2. - 22 с.
16. Камнев, Д. Г. Анализ инструмента «Government relations» как новой формы взаимодействия бизнеса с властью в современной России / Д. Г. Камнев // Общество, государство, право. — 2011. — №1 (3) . — 8 с.
17. Кинякин, А. А. Government relations как форма общественно-политической и бизнес коммуникации: к определению понятий / А. А. Кинякин, Д. О. Матвеенков // Вестник Российского Университета Дружбы народов. — 2009. — № 1. — С.37-47
18. Кисель, К. Ю. Современные модели взаимодействия бизнес-структур и органов государственной власти : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 23.00.02 / Кисель Кирилл Юрьевич. — М., 2013. - 176 с.
19. Коньшев, В. Н. О понятийном аппарате в исследованиях феномена лоббизма / В. Н. Коньшев, А. А. Сергунин // Вестник Балтийского федерального университета им. И.Канта. —2011. — №6. — С. 100 – 107.
20. Кулакова, Т. А. Government Relations в процессе принятия политических решений // ПОЛИТЭКС. — СПб. : Изд-во С.-Петерб. Ун-та, 2005. — №2. — С. 226 – 238.
21. Курбатова, М. В. Преобладание иерархического типа взаимодействия власти и бизнеса как проявление зависимости от предшествующего развития [Электронный ресурс] / М. В. Курбатова, С. Н. Левин // ГУ-ВШЭ. — Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/text/16213426/> (дата обращения: 10.05.2016).
22. Лапина, Н. Ю. Регионы-лидеры: экономика и политическая динамика / Н. Ю. Лапина, А. Е. Чирикова А.Е. —М. : ИС РАН, 2002. — 296 с.
23. Малышев, Е. А. Модель взаимодействия государства и бизнеса в условиях экономического кризиса // Государственно-частное партнерство. — 2014. — Том 1. № 1. — С. 21-28.
24. Мау, В. А. Кризисы и уроки. Экономика России в эпоху турбулентности / В.А. Мау. — М. : Изд-во Института Гайдара, 2016. — 488 с.
25. Metallургический кризис. Проблемы в России // Пронедра: ежедн. интернет-изд. 2016. 3 мар. URL: <http://pronedra.ru/mining/2016/03/03/metallurgicheskiy-krizis-v-rossii/> (дата обращения: 20.04.2016).

26. Минтусов, И. Е. Этика GR-коммуникаций в общеевропейской и российской практике: сравнительный анализ / И. Е. Минтусов, О. Г. Филатова // Вестник СПбГУ. — 2015. — №9(4). — С. 87-95.
27. Некоторые отрасли российской экономики встречают год с оптимизмом // Деловая газета Взгляд: ежедн. интернет-изд. 2016. 5 янв. URL: <http://vz.ru/economy/2016/1/5/786502.html> (дата обращения: 20.04.2016).
28. Никифорова, А. Э. Сравнительный политический анализ институтов инновационного развития на примере Сингапура, Швеции и Финляндии : автореф. дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Никифорова Анна Эдуардовна. — М., 2014. — 31 с.
29. Осадчий, Н. М. Формирование отношений государства и крупного бизнеса в зарубежных странах и в России : автореф. дис. ... канд. экон. наук / Осадчий Николай Михайлович. — М., 2009. — 22 с.
30. Отраслевой план мероприятий по импортозамещению в автомобильной промышленности Российской Федерации : утвержден приказом Минпромторга России от 31 марта 2015 г. N 648 [Электронный ресурс] // Минпромторг. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 24.05.2016).
31. Оценка антикризисных мер по поддержке реального сектора российской экономики / Доклад ГУ ВШЭ и МАЦ // Вопросы экономики. — 2009. — № 5.
32. Пасько А. В. Конкурентоспособность российской автомобильной промышленности на фоне ключевых тенденций развития мирового автомобилестроения // Новый взгляд. Международный научный вестник. 2014. №4. — С. 201-218
33. Попандопуло, А. И. Государство и бизнес: модели взаимодействия и трансформация деловых коммуникаций в России: автореф. дис. ... канд. экон. наук : 23.00.02 / Попандопуло Анна Ивановна. — М. : 2012. — 21 с.
34. Программа поддержки автомобильной промышленности на 2016 год : утверждена распоряжением Правительства РФ от 23.01.2016 N 71-р [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 24.05.2016).
35. Радаев, В. В. Социология рынков: к формированию нового направления / В. В. Радаев. — М. : ГУ ВШЭ, 2003. — 180 с.
36. Развитие промышленности и повышение её конкурентоспособности : Государственная программа : утверждена Постановлением Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. N 328 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://base.garant.ru/> (дата обращения: 24.05.2016).

37. Симачев, Ю. В., Государственная антикризисная поддержка российских компаний: помощь и ограничения / Ю. В. Симачев, М. Г. Кузык, // Журнал новой экономической ассоциации. — 2012. — № 1. — С. 100-125.
38. Симачев, Ю. В. Оценка воздействия различных антикризисных мер на предприятия обрабатывающей промышленности / Ю. В. Симачев, Б. В. Кузнецов, М. Г. Кузык // Экономическая политика. — 2010. — № 1. — С. 122-134.
39. Совещание о текущем состоянии автомобильной промышленности и основных направлениях стратегии ее развития на период до 2025 года [Электронный ресурс] // Правительство Российской Федерации: официальный сайт. — Режим доступа: <http://government.ru/news/21495/#doc2001> (дата обращения: 10.05.2016).
40. Стратегия развития автомобильной промышленности Российской Федерации на период до 2020 года : утверждена приказом Минпромторга России от 23 апреля 2010 г. N 319 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 24.05.2016).
41. Толстых, П. А. GR. Практикум по лоббизму в России / П. А. Толстых. — М., 2007. — 220 с.
42. Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 года : утверждена распоряжением Правительства РФ от 22 ноября 2008 года N 1734-р [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 24.05.2016).
43. Туровский, Р. Ф. Региональные модели взаимодействия между деловыми и властными элитами: современные процессы и их социально-политические последствия [Электронный ресурс] // Politcom. — 2009. — Режим доступа: <http://www.politcom.ru/8474.html> (дата обращения: 16.04.2016).
44. Урбан, М. Социальные отношения и политические практики в посткоммунистической России / М. Урбан // Полис. — 2002. — № 4. — С. 66-85.
45. Хейвуд, Э. Политология / Э. Хейвуд. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — 544 с.
46. Чирикова, А. Е. Бизнес как субъект социальной политики в современной России // Общество и экономика. — 2006. — № 9.
47. Широков, А. А. Проблемы прогнозно-аналитического сопровождения взаимоотношений бизнеса и государственных структур // Проблемы прогнозирования. — 2010. — №3. — С.19-32.
48. Ясин, Е. А. Бремя государства и экономическая политика // Вопросы экономики. — 2002. — № 11.

49. Aryeetey, E. World Institute for Development Economics Research. Ghana's experiments with business–government co-ordination / E. Aryeetey, N. Owoo // WIDER Working Paper. — 2015. — 19 p.
50. Bentley, A. The Process of Government: A Study of Social Pressures / A. Bentley. — Cambridge: Belknap Press, 1967. — 501 p.
51. Busch, K. Thorsten Euro Crisis, Austerity Policy and the European Social Model: How Crisis Policies in Southern Europe Threaten the EU's Social Dimension / K. Busch, C. Hermann, K. Hinrichs // Internat. Policy Analysis. — 2013. — Berlin: Friedrich-Ebert-Stiftung. — 35 p.
52. Dahl, R. Politics, Economics and Welfare / R. Dahl, Ch. Lindblom. — New York: Harper, 1976. — 592 p.
53. Dahl, R. Who Governs: Democracy and Power in an American City / R. Dahl. — New Haven: Yale University Press, 1961. — 367 p.
54. Davulis, G. Assessment of Macroeconomic Situation and Economic Policy During the Crisis in the Baltic Countries // Intellectual Economics. — 2013. — Vol. 7, №3(17) . — p. 304–319.
55. Getz, K. Public Affairs and Political Strategy: Theoretical Foundations // Journal of Public Affairs. — 2002. — Vol. 2, № 1.
56. GR-связи с государством: теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством / под ред. Л. В. Сморгунова и Л. Н. Тимофеевой. — М. : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012. — 407 с.
57. Iwasaki, I. Evolution of Government-Business Relationship and Economic Performance in the Former Soviet States // Economics of Planning. — 2003. — Vol. 36.
58. Mexican Business and the State: The Political Economy of a Muddled Transition // Kellogg Institute Working Papers on Mexico. — 1992. — 34 p.
59. OECD Economic Outlook // Organisation for Economic Co-operation and Development // - 2009. — Vol. 2009/2. — 337 p.
60. Rhodes, C. The motor industry: statistics and policy // The House of Commons Library. — 2015. — 20 p.
61. Sanidas, E. Government, big business, and crises: the Korean experience of economic development // Seoul National University. — 2012. — 34 p.
62. Schmitter, Ph. Still the Century of Corporatism? // Trends Toward Corporatist Intermediation. — London: Sage Publications, 1979. — P. 6–52.

63. Summary Impact of Government Support to Automotive Research – Implications of research and renewal for the competitiveness of the Swedish automotive industry // S. Faugert et al. — VINNOVA, Swedish Governmental Agency for Innovation Systems, 2009. — 30 p.
64. The Financial Crisis Inquiry Report: Final Report of the National Commission on the Causes of the Financial and Economic Crisis in the United States // Washington, DC: Financial Crisis Inquiry Commission. — 2010. — 663 p.
65. Truman, D. The Governmental Process. Political Interests and Public Opinion // New York: Knopf, 1951. — 544 p.
66. Withering of Patrimonial State-Business Relations in Indonesia following the 1997-8 Economic Crisis? Case Studies of the Electronics and Palm Oil Industries // College of Arts Victoria University. —2015. — 292 p.

Приложение

Этапы и промежуточные результаты вычислений интегрированного показателя

Индекс роста (падения) показателя к предыдущему году	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Инвестиции в основной капитал, млрд. руб.		1,04	1,05	1,51	1,23	1,04
Разница между ростом средней номинальной заработной платой в отрасли и инфляцией, %		1,14	0,38	0,80	-0,71	1,70
Сальдированный финансовый результат компаний отрасли, млрд. руб.		6,70	1,24	0,65	-0,99	2,02
Выручка, млрд. руб.		1,92	1,23	1,03	0,92	0,79
Среднесписочная численность работников, занятых в основном производстве, тыс. чел.		1,06	1,04	0,97	0,93	0,86
Уровень использования среднегодовой производственной мощности, %		1,27	1,11	0,85	0,86	0,70
Производство основных групп автомобилей, тыс. шт.		1,44	1,13	0,97	0,91	0,74
Сальдо прямых иностранных инвестиций, млн. долл. США		0,36	1,41	1,09	-0,15	0,56
Рентабельность (убыточность) производства, %		2,55	0,76	0,72	0,22	-2,88
Задолженность по полученным кредитам и займам, млрд. руб.		0,98	1,01	0,98	1,23	1,21
Затраты организаций на технологические инновации, млрд. руб.		1,85	1,46	2,19	0,66	0,56

Максимальное значение индекса из предыдущих лет анализируемого периода и рассматриваемого года	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Разница между ростом средней номинальной заработной платой в отрасли и инфляцией, %		1,04	1,05	1,51	1,51	1,51
Сальдированный финансовый результат компаний отрасли, млрд. руб.		1,14	1,14	1,14	1,14	1,70
Выручка, млрд. руб.		6,70	6,70	6,70	6,70	6,70
Среднесписочная численность работников, занятых в основном производстве, тыс. чел.		1,92	1,92	1,92	1,92	1,92
Уровень использования среднегодовой производственной мощности, %		1,06	1,06	1,06	1,06	1,06
Производство основных групп автомобилей, тыс. шт.		1,27	1,27	1,27	1,27	1,27
Сальдо прямых иностранных инвестиций, млн. долл. США		1,44	1,44	1,44	1,44	1,44
Рентабельность (убыточность) производства, %		0,36	1,41	1,41	1,41	1,41
Задолженность по полученным кредитам и займам, млрд. руб.		2,55	2,55	2,55	2,55	2,55
Затраты организаций на технологические инновации, млрд. руб.		0,98	1,01	1,01	1,23	1,23
		1,85	1,85	2,19	2,19	2,19

Средний уровень (индекс) достижения максимального значения индекса роста (падения)	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Инвестиции в основной капитал, млрд. руб.		1,00	1,00	1,00	0,82	0,69
Разница между ростом средней номинальной заработной платой в отрасли и инфляцией, %		1,00	0,34	0,71	-0,63	1,00
Сальдированный финансовый результат компаний отрасли, млрд. руб.		1,00	0,19	0,10	-0,15	0,30
Выручка, млрд. руб.		1,00	0,64	0,54	0,48	0,41
Среднесписочная численность работников, занятых в основном производстве, тыс. чел.		1,00	0,98	0,92	0,88	0,81
Уровень использования среднегодовой производственной мощности, %		1,00	0,87	0,67	0,68	0,55
Производство основных групп автомобилей, тыс. шт.		1,00	0,79	0,68	0,63	0,51
Сальдо прямых иностранных инвестиций, млн. долл. США		1,00	1,00	0,77	-0,11	0,39
Рентабельность (убыточность) производства автомобилей, %		1,00	0,30	0,28	0,09	-1,13
Задолженность по полученным кредитам и займам, млрд. руб.		1,00	1,00	0,97	1,00	0,98
Затраты организаций на технологические инновации, млрд. руб.		1,00	0,79	1,00	0,30	0,25

		2011	2012	2013	2014	2015
D ср. M		1,00	0,72	0,69	0,36	0,43
D ср.max	0,72					